



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

TESIS DE PREGRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
EN ECOTURISMO

DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA EL RECINTO LAS
MERCEDES, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO
DE LOS TSÁCHILAS

RODY STALIN MENDOZA BASTIDAS

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS

El suscrito TRIBUNAL DE TESIS, CERTIFICA QUE: la memoria de Tesis titulada “DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”, de responsabilidad del señor egresado *Rody Stalin Mendoza Bastidas*, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada la presentación y defensa.

ING. ANDREA GARRIDO
DIRECTOR

ING. DANILO GÜILCAPI
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado especialmente a mi pequeña angelita **Melissa Deyaneira Mendoza León**, que alegró y le dio sentido a mi vida desde el primer momento que supe que estaba en camino, ahora casi tiene 8 años y es el motor de mi existir con sus risas, juegos travесuras y demás me hace sentir completo y el hombre más feliz del mundo. A su madre quien me acompañó y apoyó durante mucho tiempo.

Al esfuerzo infinito que hizo **mi madre** para que pueda estudiar y estar conmigo siempre apoyandome en las buenas y en las malas hasta el cumplimiento de mis objetivos.

También a la memoria de **mi padre** quien desde el cielo hace sentir su presencia en mi guiándome por el buen camino.

A todo el esfuerzo y dedicación que puse para seguir durante el tiempo que estuve en la Escuela de Ecoturismo y lograr el objetivo tan anhelado, ser **INGENIERO EN ECOTURISMO**.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de ser parte de la historia de la ESPOCH, por estar dentro de mí ser, llenándome de satisfacción y fuerza para vivir y enfrentar todos los momentos de la vida.

Agradezco a mi hija **Melissa** por estar siempre alegrando mi vida con su presencia.

Agradezco infinitamente a mi madre por brindarme su apoyo incondicional, por enseñarme a valorar su amor y sacrificio, por guiar a mi hermano y a mí por el camino del respeto, honradez, dedicación y trabajo.

Agradezco a todos mis profesores de la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo por guiarme en esta profesión de equidad, desarrollo y conservación, fortaleciéndome con sus conocimientos y saberes, especialmente a los Ingenieros **Cristian Aguirre, Carlos Cajas, Patricia Tierra, y Andrea Garrido** quienes siempre fueron un ejemplo a seguir durante toda mi carrera.

Un profundo agradecimiento para el GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas liderado por el Ingeniero **Geovanny Benítez** (Prefecto) y a todo el equipo de la Dirección de Desarrollo Económico, en especial a los Ingenieros **Luis Yáñez y Nelson Villamarín** quienes me abrieron las puertas y me dieron la oportunidad de realizar mis proyectos desde mis prácticas Pre-Profesionales I y II y ahora apoyando en el desarrollo de este proyecto.

Al recinto Las Mercedes, al colegio Hernán Malo Gonzáles y su rector el Ingeniero **Héctor Lema** por la apertura y el apoyo de la consecución de este proyecto involucrándose de lleno en el desarrollo del mismo.

También agradezco infinitamente a amigos y compañeros de andanzas durante todo este recorrido.

A todos mil gracias.

Rody Stalin Mendoza Bastidas

ÍNDICE

I.	DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN	2
B.	OBJETIVOS	3
1.	Objetivo General	3
2.	Objetivos Específicos.....	3
C.	HIPÓTESIS	4
1.	Hipótesis de trabajo.....	4
III.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	1
A.	ANTECEDENTES	1
1.	Circuito Turístico	1
2.	Agroturismo	1
B.	SITUACIÓN ACTUAL.....	1
1.	Diagnóstico Turístico	1
2.	Inventario de atractivos turísticos	3
3.	Estudio de Mercado.....	5
C.	DISEÑO TÉCNICO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO.....	6
1.	Diseño de Productos Turísticos.....	6
2.	Diseño de circuitos de agroturismo.....	6
3.	Estudio administrativo y legal.....	7
4.	Estudio ambiental.....	10
5.	Análisis Económico	14
6.	Análisis Financiero.....	15
D.	EVALUAR Y JERARQUIZAR EL CIRCUITO DE AGROTURISMO.....	17
1.	Evaluación de rutas turísticas.....	18
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS	26
A.	CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR	27

1.	Localización:	27
2.	Ubicación Geográfica:	27
3.	Límites.....	27
4.	Zona de vida	28
5.	Tipo de suelo	28
6.	Materiales y equipos	28
B.	METODOLOGÍA	29
1.	Análisis de la situación actual del recinto Las Mercedes.....	29
2.	Diseño técnico del circuito.....	29
3.	Evaluar y Jerarquizar el Circuito de Agroturismo	32
V.	RESULTADOS	33
A.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACUAL DEL RECITO LAS MERCEDES	33
1.	Atracciones y actividades.....	33
2.	Infraestructura social básica	34
3.	Planta turística.....	36
4.	Superestructura.....	36
5.	Demanda turística.....	38
6.	Matriz CPES.....	39
7.	Matriz FODA	40
B.	DISEÑO TÉCNICO DEL CIRCUITO	41
1.	Estructura técnica	41
2.	Definición de la Estructura legal y administrativa	58
3.	Estudio ambiental del circuito.....	78
4.	Análisis económico	89
5.	Evaluación Financiera.....	92
C.	EVALUAR Y JERARQUIZAR EL CIRCUITO DE AGROTURISMO.....	94
1.	Evaluación del circuito.....	94
2.	Jerarquización del circuito	99
VI.	CONCLUSIONES	101
VII.	RECOMENDACIONES.....	102
VIII.	RESUMEN	103
IX.	BIBLIOGRAFÍA	105

X. ANEXOS..... 107

I. DISEÑO DE UN CIRCUITO DE AGROTURISMO PARA EL RECINTO LAS MERCEDES, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

II. INTRODUCCIÓN

La Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se encuentra ubicada en las estribaciones de la Cordillera Occidental, es un ejemplo claro de un amplio número de ecosistemas que dan origen a una gran biodiversidad tanto en sus recursos naturales, geográficos, de flora y de fauna y también productivos, haciendo de nuestro territorio una zona con un gran potencial turístico; dando origen a impulsar la conservación de las áreas naturales y la dinamización de la economía de la población involucrada directa e indirectamente.

El nuevo modelo económico social que lleva adelante el Gobierno de turno y por consiguiente El Gobierno Provincial, concibe el turismo como una actividad que necesita la participación de todos, entendiéndose así a la población local y a los diferentes niveles de gobierno dentro de sus competencias.

El nuevo esquema persigue la democratización del turismo sobre la base del desarrollo endógeno de las regiones con atractivos turísticos y la proyección a nivel parroquial, provincial, regional y nacional; su desarrollo está ligado al desarrollo del territorio, integrándose en una cadena de valor lo que concuerda con los fundamentos de la competitividad; conjuntamente con estas iniciativas se realizarán inversiones para fortalecer el sector y colocarlo al alcance de todos.

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se carece de una oferta de productos turísticos, los cuales no han sido desarrollados por la falta de interés de la población local y las instituciones encargadas de su gestión y desarrollo por lo que es necesario iniciar con proyectos en los que se diseñen los mismos y se puedan realizar en toda la provincia para un desarrollo sustentable del turismo.

A. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el desarrollo del turismo ha dado un cambio significativo en cuanto a las necesidades y requerimientos de quienes practican esta actividad, mismos que se han vuelto más exigentes con el pasar del tiempo, y ya no solo quieren recorrer y observar los atractivos turísticos con los que cuenta un determinado sitio, sino también desean formar parte de las actividades cotidianas de la población rural de un área geográfica para realizar una convivencia con otras formas de vida diferente a su realidad.

El desarrollo de nuevos productos turísticos como el Agroturismo, ha tenido una excelente aceptación en Latinoamérica destacándose Colombia con Panaca siendo este el único parque agrícola de la región colombiana y considerado por Decameron como el primer hotel Agropecuario en el mundo, generando así el interés de los turistas. En Ecuador también existen establecimientos que entre sus actividades tienen al Agroturismo como una fuente de ingreso adicional a las de su producción, como es el caso de la “Hacienda Rodeo Grande” ubicada en el cantón Baba en la provincia de Los Ríos, o la “Hacienda La Primavera” en el cantón Otavalo, claros ejemplos de que este tipo de producto turístico tiene una excelente aceptación entre la demanda local, nacional e internacional, generando nuevas fuentes de empleo, ya que este es un problema social del país que en los últimos cinco años a alcanzado su punto más bajo de la historia y de Sudamérica, estableciéndose hasta marzo del 2012 en el 4,88% según el Banco Central.

Santo Domingo de los Tsáchilas una provincia joven y considerada una zona con una alta actividad agrícola y pecuaria, que la han llevado a ubicarse entre las primeras del país, destacándose en la producción del cacao, plátano, yuca, y la ganadería convirtiéndola en una de las principales fuentes económicas del país.

En el PLANDETUR 2020, se identifica al agroturismo como uno de los productos turísticos de oportunidad y de acuerdo con los objetivos 1, 6 y 11 del Plan Nacional del Buen Vivir, y con las temáticas 2, 4 y 5 del Plan de Ordenamiento Territorial de Santo Domingo de los Tsáchilas que se refieren al Buen Vivir, garantizar la sustentabilidad del Patrimonio Natural y potenciar el Patrimonio Cultural, y ya que el desarrollo de la provincia no ha generado nuevos

productos turísticos, conjuntamente en coordinación con el GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, se ha identificado la necesidad de diseñar un producto territorial, determinado de acuerdo a la Evaluación del Potencial Turístico del Recinto Las Mercedes en un Circuito de Agroturismo, en el que se puedan generar nuevas fuentes de empleo para la comunidad local, dinamizando la economía de la zona sin cambiar sus actividades normales, logrando así el desarrollo de este tipo de productos dentro de la provincia y colaborando a que se cumpla con la ejecución del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas 2012 – 2016, teniendo al GAD Provincial como uno de sus Principales actores.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Diseñar un circuito de agroturismo para el recinto Las Mercedes, Parroquia Santo Domingo, Cantón Santo Domingo, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

2. Objetivos Específicos

- a. Analizar la situación turística actual del recinto Las Mercedes.
- b. Elaborar el diseño técnico del circuito de Agroturismo del recinto Las Mercedes
- c. Evaluar y jerarquizar el Circuito de Agroturismo del recinto Las Mercedes.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo

La gran diversidad Agroecológica del recinto Las Mercedes, permite estructurar un producto de agroturismo, generando así una nueva oferta y la dinamización de la economía de la población local.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. ANTECEDENTES

1. Circuito Turístico

Es el conjunto de vías y visitas que se enlazan, constituyendo un itinerario cerrado, que puede iniciar y terminar en idéntico lugar, o en un lugar diferente. (PLANDETUR 2020. 2007)

2. Agroturismo

Dentro las modalidades de turismo se tiene que el Agroturismo es “la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no trata de atraer turistas con la naturaleza, sino sobre todo con paisajes cultivados. Si las ofertas para turistas hacen que aumenten los ingresos de la población rural, el agroturismo puede promover el desarrollo regional, para que la propia población rural ayude a conservar la variedad natural, debe reconocerla como valiosa y digna de protección”. (GTZ. 2012).

B. SITUACIÓN ACTUAL

1. Diagnóstico Turístico

“Los diagnósticos constituyen la base para desarrollar el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar las posibles soluciones del problema.

La palabra diagnóstico, proviene del griego diagnósticos formado por el prefijo día (a través), y gnosis (conocimiento o apto para conocer). En general, el término indica el análisis que se realiza para determinar cuál es la situación y cuáles son las tendencias de la misma. Esta determinación se realiza sobre la base de informaciones, datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

Según Valdez (1998) el concepto de diagnóstico “se inscribe dentro de un proceso de gestión preventivo y estratégico. Se constituye como un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de un estado de incertidumbre a otro de conocimiento, para su adecuada dirección. Por otro lado, es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores que permiten medir los signos vitales”.

Por su parte Cummings y Worley (2001) consideran que el diagnóstico “es una herramienta de la dirección y se corresponde con un proceso de colaboración entre los miembros de la organización y el consultor para recabar información pertinente, analizarla e identificar un conjunto de variables que permitan establecer conclusiones”.

La guía metodológica para realizar el diagnóstico empresarial en Cuba, confeccionada por el Grupo Ejecutivo de Perfeccionamiento Empresarial en mayo de 1998, plantea que el diagnóstico es una fotografía analítica de la situación actual y de la dinámica de su posible desarrollo, por lo que reflejará los problemas, insuficiencias, virtudes, debilidades, fortalezas y amenazas que presenta la organización empresarial en su funcionamiento.

La realización de una metodología de diagnóstico establece una serie de pasos o fases que permiten el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar las posibles soluciones del problema. En la presente investigación se muestra una metodología para el diagnóstico de la capacitación, con enfoque de organización que aprende, enmarcada en una localidad donde el turismo es el eje central de su desarrollo, por lo que se hace necesario tributar a su sostenibilidad. En esta metodología se listan una serie de pasos lógicos que conllevan a la comprensión y el estudio del proceso de capacitación, reflejando sus insuficiencias, virtudes,

así como las posibles actividades a realizar para mejorar su funcionamiento y contribución al logro de los objetivos de las organizaciones.” (TuryDes, 2010)

2. Inventario de atractivos turísticos

“El inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

Facilidades turísticas.- Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo”. (MINTUR, 2004)

a. Clasificación de los atractivos turísticos

MINTUR, (2004) manifiesta que los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

b. Jerarquización de atractivos

“Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

3) Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

4) Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico”. (MINTUR, 2004)

3. Estudio de Mercado

“El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende 1-la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. 2-También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien. 3-igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financieros y económicos para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él.” (GESTIOPOLIS, 2011)

C. DISEÑO TÉCNICO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO

1. Diseño de Productos Turísticos

El diseño del producto se hace de manera genérica (en función del destino); no sustituye el papel del operador privado quien, de todas maneras, debe hacer su propio proceso de investigación (evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda le exige), las articula a su manera (paquetes con ofertas específicas, costos determinados) y las pone en el mercado. (FERNANDEZ, V. 2006)

2. Diseño de circuitos de agroturismo

La base para el diseño de un Circuito Agroturístico consiste en la personalización de los 2 ejes principales para la comercialización de productos turísticos, la oferta y la demanda; el primero constituye la caracterización de todo el patrimonio natural y cultural del espacio geográfico donde se va a trabajar, obteniéndose así una evaluación y/o análisis de la situación turística existente y a este se le suma el segundo eje establecido en las preferencias y gustos de los consumidores los cuales son obtenidos de un estudio de mercado y resumidos en un perfil del turista potencial.

El circuito turístico debe estar conformado por atracciones y actividades, equipamiento y servicios turísticos, infraestructura de acceso y transporte, junto a otros elementos que complementen y satisfagan las motivaciones y expectativas de los visitantes

3. Estudio administrativo y legal

a. Organización

La viabilidad gerencial-administrativa es la viabilidad que se encarga de estudiar la capacidad de gestión que se posee, para llevar a buen término la materialización de un proyecto. Es en la etapa en que se elabora el proyecto, donde el inversionista debe demostrar la capacidad para efectuar un criterioso estudio, asesorándose por un probo equipo de evaluadores. Muchas veces un proyecto es aprobado luego del estudio demostrativo que el mismo es rentable, para luego comprobar en la implementación, que ocurre todo lo contrario.

El estudio administrativo estará encaminado a establecer la organización de la empresa que consiste en seleccionar aquellos métodos, procedimientos, técnicas, etc., encaminadas a una mayor racionalidad en la utilización de los factores productivos, y en cualquier caso a una mejora de la productividad.

b. El organigrama.

Una de las herramientas más importantes al definir la estructura orgánica de la empresa es el "organigrama". Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa o de una de sus áreas o unidades administrativas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

La utilidad de los organigramas es la siguiente:

- Brindan una imagen formal de la organización.
- Son una fuente de consulta oficial.
- Facilitan el conocimiento de una empresa, así como de sus relaciones de jerarquía.

- Constituyen un elemento técnico valioso para hacer análisis organizacional.

c. Manual de Funciones.

De acuerdo con AMAYA, J. (2009), citado por ABRIL, A. (2011), Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía. El objetivo primordial del manual es describir con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aun de una misma sección.

Aunque el manual de funciones es bastante conocido, es evidente que por sí solo no tiene una aplicación práctica en una empresa sino se combina con una serie de elementos fundamentales que hacen de su implementación un proceso exitoso.

Los elementos que complementan un manual de funciones para proceder a su implementación son los siguientes:

- Manual de funciones y responsabilidades.
- Manual de procedimientos y diligenciamiento de formatos.
- Estructura orgánica de la Empresa.
- Manual de normas administrativas.
- Delineamientos o directrices de contratación de Personal.
- Reglamento laboral.

Los componentes para el Manual de Funciones son los siguientes:

1) Descripción básica del cargo

El formato se encabeza describiendo el nombre del cargo, dependencia a la que pertenece y el cargo de su jefe inmediato.

2) Objetivo estratégico del cargo

Este ítem se refiere a la actividad genérica que define el grupo de funciones, actividades y responsabilidades por lo cual se hace necesario la existencia de dicho cargo en la estructura de la empresa. En este punto se debe recalcar que la definición del objetivo debe ser concreta y que globalice en pocas palabras el grupo de funciones y responsabilidades del cargo.

3) Funciones básicas

En este numeral se deben incluir brevemente cada una de las funciones y responsabilidades básicas que describa adecuadamente los límites y la esencia del cargo.

Se debe tener en cuenta que en la descripción de las funciones básicas no se debe entrar en los detalles de “el cómo hacer para cumplir con las funciones”, ya que este es un tema tratado al detalle en el manual de procedimientos y formatos.

d. Marco legal

De acuerdo a EMPRESAS CAJA DE MADRID. (2009), citado por ABRIL, A. (2011), La viabilidad legal se encarga de estudiar si existen impedimentos legales, para materializar el proyecto en estudio en lo relacionado a su operatividad. Lo primero que se debe hacer es determinar la forma jurídica que tendrá la empresa o la entidad generadora del proyecto; analizando si será de aspecto natural o jurídico; y a partir de esto determinar si es la segunda opción que puede conformarse en sociedad o compañía según las necesidades de los encargados.

Los condicionantes jurídicos y fiscales de cada modelo son numerosos. Afectan tanto al momento de la constitución de la compañía como a su desarrollo posterior, por esta razón, siempre resulta aconsejable que el emprendedor recurra a los servicios de asesoramiento de un profesional externo (abogados, asesoría, gestoría, etc).

También deberá tenerse en consideración el tipo de actividad a iniciar, el grado de inversión, requerido, la amortización de dicha inversión y la generación de resultados esperados. La adopción de una adecuada fórmula u otra, representará un ahorro fiscal que puede llegar a ser muy importante.

4. Estudio ambiental

a. Impacto ambiental.

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada. Se dice también que es todo cambio o modificación física, química, cultural, socioeconómico que se da en el ambiente o el hombre por la acción de un proyecto en particular, es también el producto final de los efectos,

representado por las variaciones en los atributos del medio expresadas en términos cualitativos o cuantitativos. (CAJAS, C. 2008).

b. Evaluación de Impacto Ambiental.

Es el procedimiento administrativo de carácter técnico que tiene por objeto determinar obligatoriamente y en forma previa, la viabilidad ambiental de un proyecto, obra o actividad pública o privada (ABRIL. 2011).

Una Evaluación de Impacto Ambiental suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo, para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta qué nivel de detalle.
- Un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia.
- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar dónde es necesaria una información más detallada.
- El estudio en sí, consistente en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión. (KRAMER, F. 2012)

c. Matriz de Lázaro lagos

Según CABALLERO, V. 2006, citado por BORJA, E. 2009, La Matriz Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en un proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación.

5. Análisis Económico

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

a. Inversiones

Se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. Gastos

Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc).

c. Ingresos

Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto. (SENDÍN, E. 2006).

6. Análisis Financiero.

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa). (COHEN, R. 2009).

a. Flujo de Caja.

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En sí es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los Ingresos totales actualizados menos los Egresos totales actualizados.

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Flujo de Caja = Ingresos actualizados – Egresos Actualizados

b. Valor Actual Neto.

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia

asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió. Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero “generado o ganado” por el negocio, más allá de una posible inversión alternativa (en un banco por ejemplo). (SENDÍN, E. 2006).

$$VAN = \sum Ingresos\ descontados - \sum Desembolsos\ descontados$$

c. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR).

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos (necesidades financieras). (SENDÍN, E. 2006).

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

d. Período de recuperación o Payback

Se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este período primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la

inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo. (SENDÍN, E. 2006).

Además viene marcado por el punto concreto en que la “caja” se pone en 0, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el Beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones). (SENDÍN, E. 2006).

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

$$Payback = 100/TIR$$

e. Relación Costo/Beneficio.

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos descontados} + \text{Valor de Salvamento descontado}}{\sum \text{Egresos descontados} + \text{Inversiones descontadas}}$$

D. EVALUAR Y JERARQUIZAR EL CIRCUITO DE AGROTURISMO

Consiste en el análisis individual de cada ruta, con el fin de calificarla en función de la información y las variables seleccionadas. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. (CAJAS, C. 2008)

1. Evaluación de rutas turísticas

Para el desarrollo de los criterios del diseño de las rutas temáticas, se han identificado primeramente ejes estratégicos como: Ámbito organizacional, ordenación del territorio, jerarquización de los atractivos, oferta turística e indicadores sociales, que se interrelacionan entre si permitiendo una integralidad de los mismos para la estructuración de un producto turístico nacional e internacional y que contribuya a disminuir los índices de pobreza de las poblaciones locales y por ende el mejoramiento de la calidad de vida.

A continuación se describen los ejes estratégicos y los criterios que se encuentra inmersos en estos, analizados y evaluados para la estructuración de una ruta turística:

a. Ámbito organizacional

Constituye uno de los ejes de mayor relevancia, debido a que el desarrollo de actividades deben estar enmarcadas siempre dentro de un marco organizativo sólido, capaz de gestionar, administrar, controlar y evaluar las actividades ejecutadas en el contexto territorial. De este modo, se lo considera importante en la estructuración de rutas turísticas y productos, como un eje transversal que permita su desarrollo enmarcado en la sostenibilidad ambiental, socio – económica y cultural.

1) Gobiernos Locales – Incidencia Pública

Gobiernos locales que hayan firmado el convenio de transferencia de competencias en el ámbito turístico es decir, que sean municipios descentralizados y como tales tengan la capacidad de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, tendrán una mejor ponderación correspondiente a 8 puntos, en tanto que los municipios no descentralizados pero que de una u otra manera estén desarrollando actividades turísticas tendrán una valoración máxima de 2 puntos y los municipios no descentralizados que no ejerzan acciones en el ámbito turístico tendrán una valoración de 0.

a) Descentralizados:

Gobierno local que cuenta con herramientas de/para

- Planificación: Plan estratégico y plan operativo anual “POA”, presencia del Consejo Cantonal de turismo y una comisión de Turismo en el pleno del Consejo Municipal.
- Control para la presentación de servicios turísticos a nivel cantonal: evidencia de un plan de inspecciones para la actualización del catastro turístico que incluya la participación de organizaciones como dirección de salud, bomberos, CAPTUR, intendencia, policía de migración, MINTUR, estadísticas turísticas actualizadas.
- Difusión y promoción de productos turísticos mediante plan de promoción y difusión y medios elaborados para este fin, además que evidencie la presencia del I-Tur.
- Emisión de la licencia única anual de funcionamiento “LUAF”. Ordenanza para la emisión y cobro, evidencia de la emisión de la licencia.

b) No descentralizados

Gobierno local que cuente con herramientas de/para

- Planificación: plan estratégico y POA.
- Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal: estadísticas turísticas actualizadas.
- Difusión y promoción de productos y/o atractivos turísticos a través de medios elaborados para este fin.

2) Organizaciones privadas y comunitarias – incidencias

Organizaciones que tengan injerencia directa en el sector turístico mediante el desarrollo de la actividad y/o que quedan puedan apoyar al desarrollo en el ámbito privado: empresa privada, organismos no gubernamentales ONG's, Organizaciones de cooperación internacional; y en el ámbito comunitario organizaciones como las de tercer grado, segundo y las organizaciones de base, todas jurídicamente constituidas de acuerdo al marco legal existente, considerando que la actividad turística de gestión comunitaria desarrollada en las comunidades de base, pueden ser reconocidas legalmente por el ministerio de turismo en calidad de centros turísticos comunitario.

a) Sector comunitario

Comunidades de base sin reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas: que desarrollen actividades turísticas que presten uno o mas servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios.

Comunidades de base con reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas: que desarrollen actividades turísticas que presten uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios. Reconocidos por el ministerio de turismo como centros de turismo comunitario y posean al LUAF.

b) Sector privado

i. Registrados y Catastrados

Establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación recreación, discotecas y bares que estén debidamente registrados, catastrados y que cuenten con LUAF.

ii. No registrados:

Establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que no estén debidamente registrados catastrados y que no cuenten con LUAF. Pero que sin embargo, cuenten con el permiso de funcionamiento de la intendencia de policía.

iii. ONGs que estén en el territorio para el desarrollo de la actividad turística

Que exista al menos una ONG u organismo de cooperación que apoye el desarrollo de actividades turísticas.

b. Oferta turística

Para el diseño de una ruta turística, es necesario que exista en el territorio los elementos necesarios como: patrimonio natural y cultural, servicios turísticos, diversidad de actividades turísticas y otros elementos indispensables para la ejecución de actividades, que motiven la visitación de una demanda nacional e internacional.

1) Patrimonio natural y cultural

El diseño de rutas turísticas fomentara la revalorización y conservación del patrimonio natural y cultural tanto por los residentes como por los visitantes de los sitios incluidos en la ruta desde la perspectiva de sustentabilidad.

a) Valor cultural

Importancia histórico – cultural tanto en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio cultural tangible e

intangible, otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio cultural otorgada por la UNESCO) como parte del patrimonio cultural.

b) Valor natural

Importancia en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio natural otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio natural otorgada la UNESCO) de los recursos turísticos y biodiversidad existentes en la ruta.

2) Servicios turísticos

Disponibilidad de servicios turísticos de hospedaje, alimentación, guianza, transportación y recreación que satisfagan las necesidades del turista.

3) Diversificación de actividades turísticas

Los destinos turísticos identificados en la ruta deben presentar atractivos complementarios o actividades turísticas innovadoras contemplándose dentro de ellas la existencia de microempresas comunitarias y/o privadas que aporten a la consolidación de la ruta turística como atractivos de visitación, y que por lo tanto incrementen el interés del turista por el destino, prolongando su tiempo de permanencia con relación a los siguientes rangos: una microempresa con uno a dos días de permanencia, dos microempresas con tres a cuatro días de permanencia y mas de tres microempresas con cuatro días de permanencia.

4) Definición de ejes temáticos

Identificar los atractivos turísticos existentes en la ruta y que se relacionen a temas de biodiversidad, cultura, arqueología, producción, agro biodiversidad, historia, lo cual permitirá enfocar a la ruta sobre un eje temático, valorándose en función a la cantidad de ejes identificados así: un eje y más de dos ejes temáticos con su valoración correspondiente.

c. Indicadores sociales

Se han priorizado los indicadores sociales relacionados con: índice de pobreza y efecto replica. Esta priorización responde a que, mundialmente el turismo ha sido considerado como una estrategia para la erradicación de la pobreza y complementariamente a esta acción se genera el efecto replica como una alternativa capaz de constituir en un modelo para el desarrollo de nuevas experiencias.

1) Índice de pobreza

Considerar los sectores que presenten mayores índices de pobreza representados por recintos, parroquias, comunidades y cantones de acuerdo a datos estadísticos presentados por el INEC. En virtud, de que el turismo es eje de reducción de la pobreza del país y del mundo se debe visualizar este eje que permita la articulación de estos espacios generando fuentes de empleo que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones existentes en la ruta. Para este componente se valorara la ruta en función del porcentaje de pobreza total existente a nivel local en relación al provincial.

2) Efecto replica

Se analizara en la ruta el número de veces que las diferentes experiencias turísticas sean capaces de replicarse en torno a las poblaciones locales inmersas en la ruta, que a su vez sirva

como estímulo para la creación de nuevas rutas turísticas basadas en las ya desarrolladas permitiendo su conectividad a la vez que facilita la generación de nuevas iniciativas con visión micro-empresarial a nivel local diversificando con ello la oferta del territorio y contribuyendo al mejoramiento de la economía local.

Con estos criterios se elabora una Matriz de Evaluación de Rutas Turísticas, misma que incluye un proceso de evaluación y categorización de la ruta, permitiendo identificar la potencialidad para la estructuración de productos turísticos, que por sus características permitirán una integración del territorio del área en estudio y por ende el mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones asentadas en su trayectoria.

La evaluación de las rutas, se complementa con la asignación de diferentes categorías, misma que corresponden a 4 y son: A, B, C Y D.

A continuación se presenta las categorías y su descripción respectiva.

Categoría	Valoración
A	75 a 100
B	51 a 75
C	26 a 50
D	1 a 25

Categoría A	Ruta que cuenta con un mayor porcentaje de los ejes estratégicos demostrando una buena factibilidad de ejecución y potencial turístico a corto plazo, constituyendo al desarrollo de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria
Categoría B	Ruta que posee un grado intermedio de los ejes estratégicos, lo que denota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad para la ejecución de un desarrollo turístico a mediano plazo, mediante la participación de los organismos público, privados, comunitarios y de las poblaciones locales
Categoría C	Ruta que presenta limitantes en cuanto a los ejes y criterios, lo cual indica que requiere de mayor fortalecimiento en los ejes estratégicos, permitiendo su potencialidad de ejecución y de desarrollo turístico a largo plazo, para

	proyectarse a impulsar el desarrollo de las oblacones locales y del turismo del sector.
Categoría D	Ruta que presenta serios limitantes en cuanto a los ejes y criterios valorados, demostrando que requiere un trabajo integral mas fuerte, concentrado a mejorar cada uno de los ejes estratégicos, por tanto debe integrarse a las rutas turísticas de mayor jerarquía para lograr su desarrollo turístico a largo plazo

d. Matriz de evaluación de rutas turísticas

EJES ESTRATÉGICOS	CRITERIOS	PONDERACIONES	VALOR OPTIMO DEL EJE	VALORACIÓN DE LA RUTA
1. AMBITO ORGANIZACIONAL	1.1 Gobiernos Locales – incidencia pública		30	
	1.1.1 Descentralizados	8		
	1.1.2 No descentralizados con acciones turísticas	2		
	1.1.3 No descentralizados sin acciones turísticas	0		
	1.2 Organizaciones privadas y comunitarias			
	1.2.1 Sector Comunitario			
	1.2.1.1 Sin reconocimiento legal	3		
	1.2.1.2 Con reconocimiento legal	7		
	1.2.2 Sector Privado			
	1.2.2.1 Registrados y Catastrados	4		
	1.2.2.2 No registrados	2		
	1.2.2.3 ONG	4		
	Subtotal 1			
2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO	2.1 Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos		20	

	turísticos			
	2.1.1 Conectividad entre recursos con potencialidad turística	4		
	2.1.2 Conectividad con recursos con potencialidad turística y poblados	6		
	2.2 Identificación y Articulación de espacios Turísticos			
	2.2.1 Vías de comunicación	3		
	2.2.2 Infraestructura básica	7		
	Subtotal 2			
3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS	3.1 Jerarquía IV	6	15	
	3.2 Jerarquía III	4		
	3.3 Jerarquía II	3		
	3.4 Jerarquía I	2		
	Subtotal 3			
4. OFERTA TURÍSTICA	4.1 Patrimonio Natural y Cultural		25	
	4.1.1 Valor Cultural	6		
	4.1.1.1 Local	1		
	4.1.1.2 Nacional	2		
	4.1.1.3 Internacional	3		
	4.1.2 Valor Natural	6		
	4.1.2.1 Local	1		
	4.1.2.2 Nacional	2		
	4.1.2.3 Internacional	3		
	4.2 Servicios Turísticos	5		
	4.3 Diversificación de Actividades Turísticas	6		
	4.4 Definición de ejes temáticos	2		
	Subtotal 4			
5. INDICADORES SOCIALES	5.1 Índices de pobreza		10	
	5.2 Efecto réplica	5		
	Subtotal 5	5		
	TOTAL		100	
	CATEGORÍA (A,B,C,D)			

(TIERRA, PIRAY, FIERRO, CAJAS, 2009)

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización:

El trabajo se realizó en el Recinto Las Mercedes, ubicado a 24 kilómetros de Santo Domingo, en la parroquia Santo Domingo, cantón Santo Domingo, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

2. Ubicación Geográfica:

Latitud: 720000 m

Longitud: 9979800 m

Altura: 710 msnm

3. Límites

Norte: Los Bancos

Sur: Santo Domingo

Este: Parroquia Alluriquín

Oeste: Parroquia Valle Hermoso

4. Zona de vida

Según SIERRA, R. (1999), la zona de vida del Recinto Las Mercedes es Bosque Siempreverde Piemontano.

5. Tipo de suelo

Según OÑATE, M. (2005), los suelos de esta zona pueden variar entre franco-arcillosos a franco-limo-arcillosos, con un contenido medio a alto de materia orgánica, por lo que se obtiene una coloración oscura.

6. Materiales y equipos

a. Equipos

Laptop

GPS

Cámara fotográfica

b. Materiales de Oficina

Libreta de apuntes

Papelografos

Esferos

Marcadores

Resma de papel

B. METODOLOGÍA

El presente trabajo fue una investigación participativa aplicada y no experimental, la cual se llevó a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, en un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo, y sus objetivos serán cumplidos de la siguiente manera:

1. Análisis de la situación actual del recinto Las Mercedes.

El análisis de la situación turística actual del Recinto Las Mercedes se realizó de acuerdo a los elementos del sistema turístico propuesto por la OMT, para lo cual se revisaron fuentes de información secundaria como investigaciones académicas (Evaluación del potencial turístico para la implementación de un Circuito de Agroturismo para el recinto las Mercedes) y otros documentos, además de información primaria levantada a través de la técnica de la observación directa del territorio:

Los elementos de análisis son

- 1) Atracciones y actividades
- 2) Infraestructura Turística
- 3) Planta Turística
- 4) Superestructura
- 5) Demanda Turística

Para el análisis de la Problemática, se utilizaron las matrices CPES y FODA

2. Diseño técnico del circuito

Se tomó como referencia el esquema propuesto para la implementación de la Ruta del Agua, propuesta por el MINTUR 2008 en el que se desarrollan los siguientes parámetros:

a. Estructura técnica

- 1) Mapeo
- 2) Concepto
- 3) Potencialidad turística
- 4) Planta turística disponible
- 5) Requerimientos
- 6) Paquete turístico operativo

b. Definición de la estructura legal y administrativa

- 1) Estudio Legal

En función a la constitución política de la República del Ecuador se identificaron los siguientes elementos:

- a) Figura legal para que pueda operar
- b) Normativa a cumplir
- c) Requisitos

- 2) Administrativo para la operación del circuito

- a) Estructura orgánica funcional

- i. División por áreas
- ii. Organigrama
- iii. Personal requerido

- b) Manual de funciones
- c) Manual de procedimientos

c. Estudio ambiental del circuito

En función de los requerimientos se evaluó el grado de impacto ambiental que podría causar la implementación del circuito mediante la aplicación de la Matriz de Lázaro Lagos (adaptada para el agroturismo) que interacciona causas y efectos evaluando los impactos biológicos, socio-cultural y económico. Adicionalmente se estableció un plan de mitigación de impactos ambientales negativos.

d. Análisis Económico

Se llevó a cabo mediante la identificación de:

- 1) Inversiones
- 2) Ingresos
- 3) Egresos
- 4) Balances
- 5) Estados financieros

e. Evaluación financiera

Se calculará:

- 1) Flujo de Caja
- 2) VAN

- 3) TIR
- 4) Relación Costo-Beneficio
- 5) Periodo de recuperación del capital

3. Evaluar y Jerarquizar el Circuito de Agroturismo

La evaluación y jerarquización del circuito se realizó en medida de la condición turística, y de intervención sectorial donde será aplicado en el circuito de agroturismo, contemplando los siguientes ejes estratégicos: ámbito organizacional, ordenación del territorio, jerarquización de los atractivos, oferta turística, indicadores sociales y significado, que analiza la matriz de evaluación de rutas turísticas, trabajada por TIERRA, PIRAY, FIERRO, CAJAS, (2009)

V. RESULTADOS

A. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACUAL DEL RECITO LAS MERCEDES

El turismo es considerado como una de las actividades económicas más importantes para el país, misma que se relaciona con los ámbitos físico espacial, socio cultural, económico productivo, ecológico territorial y político administrativo, los cuales fueron considerados para el diagnóstico situacional actual del recinto Las Mercedes. Haciendo énfasis en la parte turística, se consideraron los cinco elementos del sistema turístico, los cuales al estar en relación directa con la vida de la población permiten la dinamización de la actividad turística, ya sea formando parte de la oferta o la demanda.

El sistema turístico está compuesto por las atracciones y actividades, infraestructura turística, planta turística, superestructura y a demanda turística.

1. Atracciones y actividades

El circuito de Agroturismo Las Mercedes cuenta con 6 atractivos dentro de su trayecto, los cuáles todos ellos son de tipo Manifestaciones Culturales, encaminados a las explotaciones agropecuarias, con un tipo de manejo orgánico, lo que hace que sus productos sean más exquisitos al momento de ser consumidos.

El estado de conservación en que se encuentran los atractivos turísticos hasta mayo del 2013, (fecha del inventario) es el siguiente: el 100% se encuentran conservados, debido al mantenimiento para su explotación agropecuaria.

Con relación al estado del entorno, el 100% de los atractivos se encuentran intervenidos, pero esto se debe a la misma actividad agrícola, mientras que respecto al uso para actividades

turísticas, es posible desarrollar en todos los atractivos, el agroturismo como actividad educativa y de conservación.

Dadas las jerarquías turísticas alcanzadas por los atractivos se puede indicar que el 100% de los atractivos pueden motivar corrientes turísticas de mercados receptivos nacionales orientados a la naturaleza y al conocimiento étnico. (Anexo 2)

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Colegio “Colegio Hernán Malo Gonzales”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II
Finca “Cuy de Campo”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II
Finca “Cuy de Campo”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II
Finca “El León”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II
Asociación “Francisco de Orellana ”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II
Asociación “Las Mercedes”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, Científicas	Explotaciones agropecuarias	Jerarquía II

2. Infraestructura social básica

a. Servicios básicos

El recinto “Las Mercedes”, cuenta con los servicios de luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y telefonía fija, al cual solo tienen acceso un pequeño porcentaje de la población.

b. Salud

La población cuenta con un sub-centro de salud de salud proporcionada por el MSP donde laboran 7 personas, dos médicos generales, un odontólogo, dos enfermeras, una encargada de farmacia y una conserje, el horario de atención es de 8 de la mañana a 4 de la tarde.

c. Educación

La población cuenta con una escuela primaria para los niños del pueblo que atiende a 120 niños desde el inicial hasta séptimo de básica y un colegio con dos especialidades: explotaciones agropecuarias y contabilidad, que atiende con 162 estudiantes dentro de sus aulas. Tanto la escuela como el colegio albergan a estudiantes que vienen de otros recintos a formarse en las Mercedes.

d. Comunicación

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) presta el servicio de telefonía convencional al recinto Las Mercedes; la telefonía móvil o celular funciona con la señal de las compañías Claro CNT y Movistar; el recinto también cuenta con frecuencias de radio y señal de televisión abierta de condición regular, y el internet que es proporcionado por las Compañías Claro y CNT.

e. Servicios Sanitarios

El 84% de las viviendas cuentan con su unidad básica de sanitario, que se compone de inodoro y lavamanos, y el 16% letrina; el 50% posee ducha, y el otro 50% toman su baño corporal en sus lavanderías familiares; el arrastre de las aguas es conducido hasta el alcantarillado y/o pozo séptico o pozo ciego que representa el otro.

3. Planta turística

En el recinto “Las Mercedes” no existe un catastro de servicios turísticos, ya que este solo cuenta con cuatro establecimientos que prestan el servicio de alimentación, y dos cooperativas de transporte trasladan a la población, Reina de las Mercedes y Alluriquín. El hospedaje y demás servicios de la planta turística se encuentran ausentes.

El acceso hasta el recinto es de primera, ya que cuenta con una vía de primer nivel que comunica a esta población con las ciudades de Santo Domingo y Los Bancos, siendo este un punto intermedio entre ambos.

La cooperativa de transporte Reina de las Mercedes, cumple con 14 frecuencias diarias que trasladan a la población entre Santo Domingo y Las Mercedes, desde las cinco de la mañana, hasta las siete de la noche, saliendo cada hora desde el mercado Municipal; mientras que la cooperativa Alluriquín tiene 2 frecuencias, a las siete de la mañana y a las dos de la tarde.

4. Superestructura

Para que la actividad turística funcione adecuadamente, requiere de una superestructura que regule todo el sistema, la misma que comprende los siguientes organismos:

a. Dependencias de la administración pública.

1) Nivel Ministerial.

El Ministerio de Turismo como entidad rectora de la actividad, se encarga de coordinar, gestionar, planificar, diseñar y regular políticas nacionales, además de brindar asistencia

técnica a los Gobiernos Municipales, Provinciales y prestadores de servicios turísticos. En nuestra provincia contamos con la dirección provincial de turismo.

El Ministerio del Ambiente representado por sus direcciones provinciales, se encarga de regular la actividad turística en áreas protegidas y de otorgar las licencias ambientales para la explotación agrícola, como es el caso de Santo Domingo de los Tsáchilas, que no cuenta con áreas protegidas que estén dentro del SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas)

2) Gobierno Local

La Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 238 consagra la autonomía plena de los gobiernos autónomos descentralizados y la Ley de Turismo dispone la participación de los Gobiernos cantonales y provinciales para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la Descentralización.

Bajo esta condición el GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas ha sido el ente impulsador de esta actividad dentro de la provincia, apoyando proyectos de comunidades locales de diferentes maneras y se postula como el principal inversor del circuito de agroturismo.

El cabildo o directiva del recinto, se encarga de coordinar conjuntamente con los demás organismos la ejecución de ciertas obras y gestionar recursos para estos.

3) Organizaciones y asociaciones

Las asociaciones se someten a las políticas establecidas en la Constitución actual, se amparan en los Ministerios de Inclusión Social y de Turismo, además están sometidos a las ordenanzas municipales y provinciales.

El Circuito de Agroturismo Las Mercedes, podrá ser beneficiado por más organismos gubernamentales y ONGs, en medida que ofrece una generación de fuentes de empleo para la comunidad local, y la protección del medio ambiente frenando el crecimiento de la frontera agrícola.

5. Demanda turística

El turista potencial que visitaría el recinto Las Mercedes tiene las siguientes características: Tiene entre 21 o más años, teniendo en cuenta que la edad varía con la capacidad de gasto y la actividad a realizar, siendo este en un 50% femenino y 50% masculino, sin embargo ambos géneros prefieren realizar el mismo tipo de actividad, del cual el 78% posee educación secundaria y prefieren hacer sus viajes con su círculo familiar y acompañados de amigos, en grupos de entre 3 y 5 personas, su viaje dura solo un día, con posibilidades de quedarse un día más, con una disponibilidad de gasto está dada entre \$10 y \$20, aunque también existe la posibilidad de gastar entre \$21 y \$30, por día, motivados por las visitas a fincas agroproductivas, pesca deportiva, elaboración de productos agroindustriales, disfrutar el escenario, paisajes agrícolas, naturaleza.

6. Matriz CPES

CAUSA	PROBLEMAS	EFEECTO	SOLUCIÓN
Falta de iniciativa de la población para el desarrollo de la actividad turística.	No se realiza la actividad turística	No se generan nuevas fuentes de ingresos económicos	Capacitaciones en temas turísticos
Mal manejo de desechos sólidos y líquidos	Contaminación de los recursos hídricos	Enfermedades gastrointestinales, piel.	Gestionar un sistema de manejo de desechos.
Falta de ingresos en la población	Deforestación	Menos áreas naturales	Ejecutar proyectos que generen ingresos conservando las áreas naturales (my pimes)
Falta de iniciativa por parte de la población	No hay prestación de servicios turísticos	No se genera un interés de visitar esta zona	Generar proyectos de turismo, para fomentar la inversión
Falta de recursos	No se realizan obras locales	Poco desarrollo de la zona	Parroquialización del recinto

7. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Recursos Naturales	Poca capacitación en proyectos turísticos
Producción de especies menores	Poca organización de la población
Fincas con biodiversidad ecológica	Migración
Tierra ganadera	Monoproducción agrícola
Clima tropical húmedo	
Vías de comunicación (Carreteras)	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Desarrollo del turismo	Deforestación
Generación de fuentes de empleo	Cambio climático
Ampliación de mercados agrícolas	Apoyo de instituciones gubernamentales
Dinamización de la economía	Medios de comunicación
	Malas Políticas de gobierno

Después de este análisis se puede apreciar que la actividad turística no se ha desarrollado por la iniciativa de la gente ya que al ser un pueblo pequeño están dispuestos a involucrarse en esta actividad, también se puede ver claramente que la población del recinto sabe que su tesoro más grande son sus recursos naturales y que articulados con la actividad productiva pueden generar una nueva actividad económica conocida como agroturismo, pero saben que para lograr este objetivo es necesario mejorar sus conocimientos y que su gente ya no salga de la zona ya que estos son factores que hacen que se retrase su crecimiento, cuidando siempre que la alta deforestación existente y que si surge algún tipo de inestabilidad política no sea razón para terminar con este proyecto.

B. DISEÑO TÉCNICO DEL CIRCUITO

1. Estructura técnica

a. Mapeo

1) Identificación de los sitios de visita

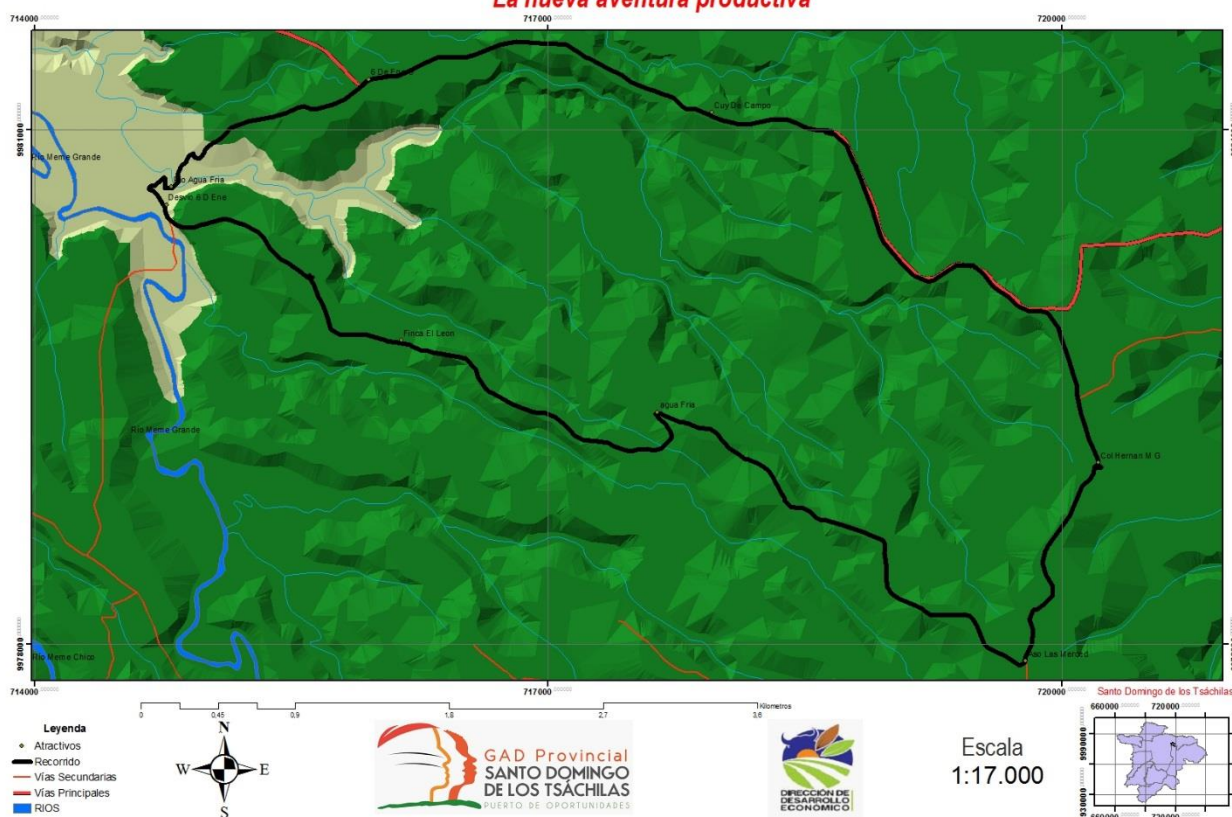
En base al inventario de atractivos turísticos, para seleccionar estos sitios se realizó una evaluación cualitativa de los sitios que estaban en el recorrido del circuito y que querían integrarse y formar parte del mismo como puntos de visita.

2) Georeferenciación de y mapeo del circuito de agroturismo

La distancia total del recorrido por el circuito de agroturismo es 15.45 km, de los cuales 7.07 km es en pavimento, y 8,35 km lastrado. Durante el recorrido a lo largo de las fincas es de 0,50 km, la altitud varía de los 571 a los 816 msnm, el tiempo total es de 1 día para todo el recorrido.

Circuito de Agroturismo "Las Mercedes"

La nueva aventura productiva



b. Concepto

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se caracteriza por ser una zona con exuberantes ecosistemas agropecuarios, los mismos que se constituyen en la principal fuente de ingreso de las comunidades rurales de la provincia, gracias a sus formas orgánicas de producir logran que se conviertan en un recurso turístico potencial para un producto de oportunidad como lo es el agroturismo.

Un lugar privilegiado por sitios naturales como bosques, cascadas, ríos, entre otros, así como también se integran manifestaciones culturales como, costumbres, historias y tradiciones que integran a toda su gente, es el recinto Las Mercedes a quien se adhiere también la producción orgánica agropecuaria, quienes en su afán de producir sano y mostrarlo a los consumidores, se integran a la actividad turística siendo el circuito de agroturismo su principal mercado.

El territorio de Las Mercedes cuenta con una amplia producción lechera la misma que se distribuye a toda la provincia, y también se procesa en el recinto obteniendo derivados como el queso, yogurt, etc., razón por la cual se considera como elemento principal para articular la oferta actual y potencial de la provincia mediante el agroturismo, a la misma que se integran actividades como caminatas, ciclismo, camping que permiten diferencia la oferta y consolidarse como un producto turístico en el mercado.

c. Objetivo del circuito

Fortalecer el agroturismo en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas como una actividad alternativa de ingresos económicos para el desarrollo del turismo sostenible de la población rural, promoviendo el disfrute de los visitantes y garantizando la preservación de más áreas verdes, frenando el crecimiento de la frontera agrícola.


d. Potencialidad turística

El agroturismo es una actividad que se puede practicar en el transcurso de todo el día, mediante el cual el visitante conoce las actividades cotidianas, fiestas, tradiciones y demás comportamiento cultural de la población rural y poblados interesantes, la cual complementada con otras actividades de recreación, más los servicios básicos necesarios que garanticen a los turistas el disfrute y satisfacción de su visita, otorgan a este producto turístico un enorme potencial turístico, el mismo que debe desarrollarse con una visión diferente al turismo tradicional, alcanzando la sostenibilidad natural, cultural y económica, de la misma forma posibilitando al turista compartir y descubrir a profundidad las tradiciones, costumbres y hábitos de una zona determinada.


e. Planta turística disponible

La actividad del agroturismo es muy entretenida y provechosa para los amantes de la naturaleza y de nuevas ofertas de turismo, ya que pueden observar prácticas sanas con respecto al medio ambiente y por lo tanto los productos que se obtienen son totalmente orgánicos, por lo tanto logran cumplir con las expectativas de calidad y satisfacción, es necesario complementar la prestación de servicios turísticos, mismos que deben acoplarse a las exigencias de este segmento turístico, para este circuito se han considerado los siguientes establecimientos:

1) Cuy de campo

CATEGORÍA: Sin datos	UBICACIÓN: Kilómetro 22 vía a Los Bancos, Recinto Las Mercedes
<p>FOTO 1: Por Rody Mendoza</p> 	
<p>SERVICIOS</p> <p>Ofrece el cuy alimentado de manera orgánica por ellos mismos, comida tradicional de la zona, con capacidad para 30 plazas, atiende todos los días desde las 08H00 a las 17H00.</p>	

2) Merceditas cuy

CATEGORÍA: Sin datos	UBICACIÓN: Kilómetro 24 vía a Los Bancos, Recinto Las Mercedes
<p>FOTO 2: Por Rody Mendoza</p> 	
<p>SERVICIOS</p> <p>Ofrece el cuy alimentado de manera orgánica por ellos mismos, comida tradicional de la zona, con capacidad para 40 plazas, atiende todos los fines de semana 08H00 a las 17H00.</p>	

3) Sin Nombre

CATEGORÍA: Sin datos	UBICACIÓN: Kilómetro 24,5 vía a Los Bancos, Recinto las mercedes
<p data-bbox="255 539 638 577">FOTO 3: Por Rody Mendoza</p>  <p data-bbox="255 1563 432 1601">SERVICIOS</p> <p data-bbox="255 1619 1487 1715">Ofrece el menú diario compuesto por la comida típica de los pueblos del Ecuador, con capacidad para 20 plazas, atiende todos los días de la semana 07H00 a las 22H00.</p>	

4) Caña y Piedra

CATEGORÍA: Sin datos	UBICACIÓN: Kilómetro 24 vía a Los Bancos, Recinto las mercedes
<p>FOTO 4: Por Rody Mendoza</p> 	
<p>SERVICIOS</p> <p>Ofrece el menú diario compuesto por la comida típica de los pueblos del Ecuador, con capacidad para 40 plazas, atiende todos los fines de semana 07H00 a las 22H00.</p>	

5) Cooperativa de Transporte Reina de Las Mercedes

CATEGORÍA: Transporte público	UBICACIÓN: Recinto las mercedes
<p>FOTO 5: Por Rody Mendoza</p> 	
<p>FRECUENCIAS:</p> <p>Santo Domingo – Las Mercedes cada hora desde las 05H00 hasta las 19H00</p>	
<p>SERVICIOS</p> <p>Ofrece servicios de transporte público mediante el cumplimiento de sus frecuencias ya establecidas.</p> <p>Alquila unidades para viajes y turismo</p>	

6) Cooperativa de Transporte Alluriquín

CATEGORÍA: Transporte público	UBICACIÓN: Alluriquín
<p>FOTO 6: Por Rody Mendoza</p> 	
<p>FRECUENCIAS:</p> <p>Alluriquín – Las Mercedes dos frecuencias a las 07H00 y a las 14H00 desde el centro del recinto Las Mercedes</p>	
<p>SERVICIOS</p> <p>Ofrece servicios de transporte público mediante el cumplimiento de sus frecuencias ya establecidas.</p> <p>Alquila unidades para viajes y turismo</p>	

7) Servicios básicos

Para brindar comodidad, seguridad y calidad a lo largo del circuito, entre los servicios básicos e indispensables se priorizan los siguientes:

1. **Energía:** Todos los sitios de visita cuentan con el sistema interconectado de energía eléctrica.
2. **Agua:** El centro poblado del recinto posee agua entubada, y los sitios de visita la obtienen desde pozos.
3. **Manejo de desechos:** En el caso de eliminación de excretas se utilizan los sistemas de alcantarillado, pozos sépticos, pozos ciegos y letrinas, dependiendo correspondientemente de la zona en la que se localizan los poblados, mientras que para los desechos sólidos una volqueta recoge la basura en todas estas áreas rurales.
4. **Comunicación:** En lo que respecta a transporte existe de público y particular. Cobertura de telefonía fija con la empresa CNT y telefonía móvil con las empresas Claro, CNT y Movistar solo en el centro del recinto.
5. **Salud:** El recinto cuenta con un subcentro de salud proporcionada por el MSP donde laboran 7 personas, dos médicos generales, un odontólogo, dos enfermeras, una encargada de farmacia y una conserje, el horario de atención es de 8 de la mañana a 4 de la tarde.
6. **Seguridad:** Existe un UPC (Unidad de Policía Comunitaria)

f. Requerimientos

Requerimientos para los atractivos del circuito de Agroturismo:

Atractivo	Actividades Turísticas	Facilidades Turísticas
Finca El León	Agroturismo Cabalgatas Camping Caminatas Observación de flora y fauna Toma de fotografías	Construcción de senderos Señalización (Orientativa e informativa) Adecuación de áreas para camping Capacitación de guías
Asociación Las Mercedes	Agroturismo Toma de fotografías	Señalización (Orientativa e informativa) Adecuación de las áreas de tránsito para los visitantes Capacitación permanente de guías
Colegio Hernán Malo Gonzáles	Agroturismo Caminatas Camping Observación de flora y fauna Toma de fotografías	Mejoramiento del sendero Señalización (Orientativa e informativa) Adecuación de áreas para camping Construcción de gradas Implementar pasamanos Capacitación de guías
Asociación Francisco de Orellana	Agroturismo Toma de fotografías	Señalización (Orientativa e informativa) Adecuación de las áreas

		de tránsito para los visitantes Capacitación de guías
--	--	--

Requerimientos para el recorrido

Actividad o Servicio	REQUERIMIENTOS			
	EQUIPOS	MATERIALES	INSUMOS	CAPACITACIÓN
Camping	Carpas Sleeping Aislantes			Capacitación en instalación de campamentos y manejo de grupos
Alimentación		Convenio de adjudicación de la Administración del Restaurant comunitario	Refrigerios Desayunos Almuerzos Cenas	Capacitación en manipulación de alimentos y atención al cliente
Transporte	Chivas Turísticas	Contrato por la prestación del servicio	Herramientas menores	Capacitación en servicio y atención a los pasajeros

g. Paquete turístico operativo

1) Nombre del Paquete

“La aventura productiva”

2) Codificación

LM001

3) Duración

1 Día

4) Carácter

Vivencial

5) Tiempo de la Actividad

ACTIVIDAD	DURACIÓN
Visita a finca el León	1 Hora
Proceso de ordeño	½ Hora
Visita centro de acopio de leche	1 Hora
Visita al Sendero del Borojo (Colegio Hernán Malo Gonzáles)	1 Hora
Visita asociación Francisco de Orellana	2 Hora
Almuerzo	1 Hora
Desayuno	1 Hora

6) Itinerario Técnico

SAN GABRIEL		
Hora	Actividad	Lugar
08H00:	Salida con dirección a la Pre-Parroquia Las Mercedes	Desde Santo Domingo
08H30:	Llegada , bienvenida	Las Mercedes
09H00	Desayuno	Las Mercedes
10H00:	Salida hasta finca El León (Producción lechera)	Recinto Aguas Frías
11H30:	Visita al centro de acopio Las Mercedes	Las Mercedes
12H30:	Visita al Colegio Hernán Malo Gonzáles (Sendero del Borojó)	Las Mercedes
13H30:	Almuerzo	Las Mercedes
14H30:	Visita a la Asociación Francisco de Orellana	Recinto 6 de enero
16H30:	Despedida y entrega de recuerdos	Las Mercedes
17H00:	Salida con retorno a Santo Domingo	Las Mercedes
17H30:	FIN DEL TOUR	Santo Domingo

7) Dificultad

Baja

8) Precios por rango de pax

	RANGO PAXS											
COSTOS GENERALES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	20	40
Transporte	40	40	40	40	80	80	80	80	80	80	120	120
Guía Profesional	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Alimentación Guía	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Total Costos Generales	85	85	85	85	125	125	125	125	125	125	165	165
COSTOS VARIABLES X HUÉSPED												
Ingreso a finca El León	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingreso a centro de acopio Las	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Desayunos	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Almuerzos	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Ingreso al Sendero del Borojó	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Ingreso Asociación Francisco	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Recuerdo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total costos variables x	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
TOTALES												
Costos Generales	85	85	85	85	125	125	125	125	125	125	165	165
Costos variables x huésped	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Total Costos	95	95	95	95	135	135	135	135	135	135	175	175
Total Costos x Pax	95	52,5	38,33	31,25	35,00	30,83	27,86	25,63	23,89	22,50	18,25	14,13
Gastos Administrativos 20%	11,88	6,56	4,79	3,91	4,38	3,85	3,48	3,20	2,99	2,81	2,28	1,77
Precio al costo	106,88	59,06	43,13	35,16	39,38	34,69	31,34	28,83	26,88	25,31	20,53	15,89
Margen del Rango 20%	13,36	7,38	5,39	4,39	4,92	4,34	3,92	3,60	3,36	3,16	2,57	1,99
Precio Neto	120,23	66,45	48,52	39,55	44,30	39,02	35,26	32,43	30,23	28,48	23,10	17,88
Precio de Venta (Gross 10%)	133,59	73,83	53,91	43,95	49,22	43,36	39,17	36,04	33,59	31,64	25,66	19,86

9) Requerimientos de la visita

- Ropa adecuada
- Protector solar
- Repelente de insectos
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica

10) Servicios**Incluye:**

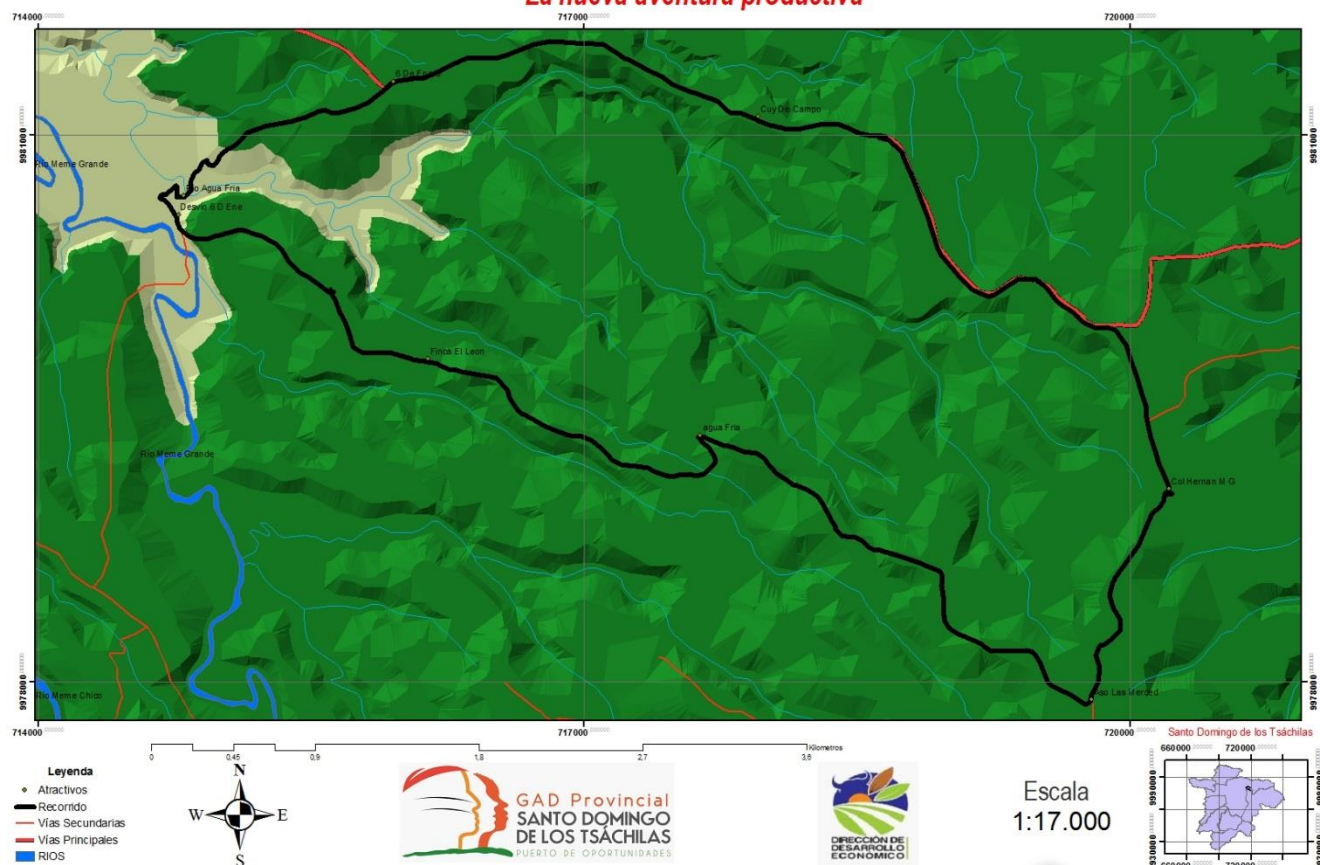
- Transporte
- Alimentación (Desayuno y almuerzo)
- Guía profesional de turismo
- Ingresos
- Bebidas
- Recuerdo

No Incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Bebidas adicionales
- Consumos adicionales

11) MAPA Y FOTOGRAFÍAS

Circuito de Agroturismo "Las Mercedes" *La nueva aventura productiva*



12) Presentación Comercial



La aventura lechera

LM001

Salida: 08h00 desde Sto Domingo
Un día

La aventura comienza en el primer punto, viviendo en carne propia el proceso de obtención de uno de los principales alimentos de nuestra casa, la Leche, caminando junto a las vaquitas y ordeñándolas nosotros mismos para obtener este importante alimento.

Continuaremos visitando el centro de acopio, para conocer qué proceso sigue la leche después de salir de la vaca, haremos un break de tanta leche para conocer el sendero del Borojó y su proceso de para la elaboración del vino de esta fruta.

Para el almuerzo nos serviremos platos típicos de la gastronomía criolla, como la gallina, el cuy.

Después del almuerzo disfrutaremos conociendo la obtención artesanal de los derivados de la leche hasta el fin de esta aventura.

4 PERSONAS	5-10 PERSONAS	11 – 20 PERSONAS	21 - 40 PERSONAS	MAS DE 40 PERSONAS
44,00	49,00	31,00	25,00	20,00

PRECIO:

Incluye:

- Transporte
- Alimentación (Comida típica)
- Guía profesional de turismo
- Ingresos a las fincas
- Bebida
- Usos de instalaciones

No Incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Bebidas adicionales
- Consumos adicionales

Requerimientos de la visita

- Ropa adecuada
- Repelente de insectos
- Protector solar
- Zapatos cómodos
- Cámara fotográfica

2. Definición de la Estructura legal y administrativa

a. Estudio Legal

1) Figura legal para que pueda operar

La directiva comunitaria del recinto Las Mercedes, será la encargada de administrar el circuito de agroturismo, mismo que se constituirá en una empresa de servicios, bajo la figura de “Centro de Turismo Comunitario”, amparado bajo las siguientes normas legales:

- En la constitución de la república del Ecuador, Artículo 56-59, 319, 321 y 404.
- Ley de Turismo, Artículos 1, 3, 4, 7, 8, 9, 12, 20, 33, 58 y 60.
- Reglamento General a la Ley de Turismo, Artículo 43.
- Reglamento General de Actividades Turísticas, Artículo 141, 142, 149 y 151.
- Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitario, Artículo 1, 2,4 y 19.

2) Normativa a cumplir

- Constitución Política de la República del Ecuador 2008, Artículos 319, 320, 321 y 325.
- Ley de Turismo
- Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas de las organizaciones previstas en el Código Civil y en las leyes especiales.
- Estatuto legal de la Asociación de Turismo

3) Requisitos

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos;
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

b. Estudio administrativo para la operación del circuito

1) Estructura orgánica funcional

Toda entidad con la cualquier figura legal que tuviese, debe contar con una compacta estructura organizacional, la misma que permita conseguir las metas propuestas al inicio de sus funciones, para lo cual es vital un conjunto de normas, reglas y procedimientos que debidamente se encuentren sistematizados y que permitan la optimización de las funciones de cada parte de esta.

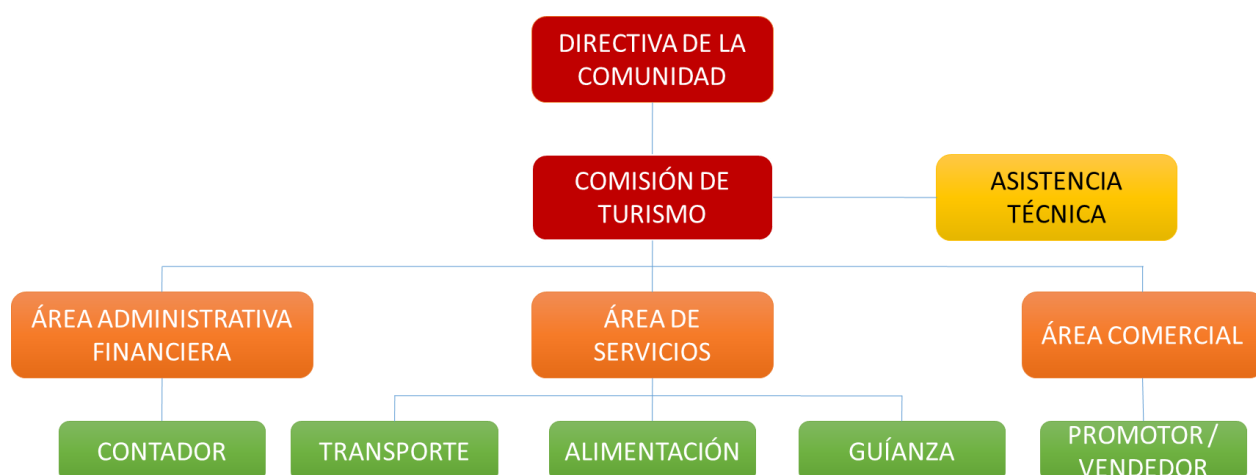
a) División por áreas

Las áreas del circuito de agroturismo están definidas de acuerdo a las necesidades que tiene el mismo.

- Dirección
- Área comercial
- Área de servicios
- Área Administrativa Financiera

b) Organigrama

Para el circuito de agroturismo administrado por un Centro Comunitario de Turismo, se propone la siguiente estructura orgánica para su funcionamiento y prestación de servicios turísticos.



c) Personal requerido

El personal llamado para el trabajo en dentro del circuito y su administración es el que se detallan a continuación.

- Gerente
- Contador
- Guía de turismo
- Promotor / Vendedor

2) Manual de funciones

a) Gerente General

Datos de Identificación				
Puesto/Cargo		Gerente		
Nivel de reporte inmediato		Directiva de la comunidad		
Misión del Cargo				
“Dirigir eficaz y eficientemente el circuito de Agroturismo velando por el cumplimiento de todos los servicios ofrecidos por el mismo”.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas		Asamblea General Directiva de la comunidad Miembros del circuito		Dirección provincial de turismo Prestadores de servicios turísticos Sector público, privado, comunitario y ONG’s
Perfil	Formación Académica	Requisitos formativos y cognitivos	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia

	<p>Ingeniero en Ecoturismo, Turismo Sostenible o ramas afines</p> <p>Preferencia: Maestría en turismo y desarrollo rural</p>	<p>Tener conocimientos de informática básica, geografía ecuatoriana, legislación ambiental y turística, gestión, planificación, diseño y ejecución de proyectos turísticos.</p> <p>Conocimientos contables</p> <p>Conocimiento tributario laboral</p>	<p>Inglés Nivel: Medio</p>	<p>De 2 a 4 años en posiciones o funciones similares</p>
Responsabilidades del cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fijar las metas y presupuestos del circuito de manera que sean coherentes con las necesidades de la buscando su rentabilidad. 2. Liderar el proceso de ventas, brindando apoyo a toda el área comercial. 3. Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica del circuito, supervisando su correcta ejecución. 4. Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores). 5. Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la Organización. 6. Buscar la innovación y mantener el liderazgo del negocio. 7. Liderar procesos de cambio y mejora del circuito en recursos materiales y humanos. 8. Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos del circuito. 9. Determinar los precios de venta y descuentos de los diferentes proyectos presupuestados y las condiciones de crédito. 10. Aprobar las liquidaciones de comisiones de ventas. 11. Asesorar y vender proyectos especiales por su volumen o complejidad cumpliendo los procedimientos requeridos para los Vendedores. 				

12. Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo.	
13. Asesorar y vender proyectos especiales por su volumen o complejidad, cumpliendo los procedimientos requeridos para los Vendedores.	
14. Manejar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos de la Compañía.	
Indicadores de medición	
Indicador Empresarial	Indicador de Proceso
Responsabilidad en la toma de decisiones administrativas, comerciales, ambientales, políticas y económicas del circuito	Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas y objetivos del circuito.
Condiciones de trabajo	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Se siente identificado, practica, transmite, promueve y define los principios en la organización.
Lealtad	Es ejemplo y modelo de compromiso organizacional, exige compromiso y responsabilidad de todos los miembros clave de la organización, promueve y define directrices y normas de respeto y colaboración.
Respeto	Mantener un clima de tolerancia, apertura y respeto en toda la organización, define las normas y principios a seguir.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Comparte, propone y/o aprueba planes y programas relacionados al mejoramiento de la colaboración e integración de áreas o equipos conformados por los miembros claves de la organización.

Sinergia	Capacidad para trabajar con el equipo ejecutivo para lograr la movilización de toda la organización hacia cambios que garanticen el éxito estratégico.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Velar por la integridad y el cumplimiento de normas laborales y sociales mediante un liderazgo intachable, transmitiendo y promoviendo sólidos fundamentos morales en todos los miembros de la organización
Moral	Es modelo y exige el cumplimiento de normas morales y de respetabilidad de todos los colaboradores de nivel ejecutivo de la organización, define las normas de actuación y comportamientos generales.
Profesionalismo	Cumple y transmite iniciativa y fuerza a la organización, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los miembros de la organización.
Respeto a la institucionalidad	Define las normas y políticas de la compañía, asegura el cumplimiento de leyes y reglamentos nacionales y/o internacionales que impacten en la organización estableciendo planes de acción.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Fomentar el desarrollo turístico sostenible garantizando el respeto a la naturaleza, seguridad de la integridad del turista, calidad en los servicios a ofertar y rentabilidad socio-económica para la población.
Cumplimiento de compromisos	Definir, establecer y aprobar alianzas estratégicas de promoción y comercialización de los servicios turísticos con sectores público, privado, comunitario y ONG's involucradas con el turismo sostenible.

Identificación de oportunidades de negocio	Aprueba e implementa acciones específicas que permitan mejorar el posicionamiento de la organización.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personal	Supervisar, evaluar y mejorar el desenvolvimiento profesional del personal de atención al cliente y miembros de la asociación a través de capacitaciones periódicas.
Conducción efectiva de equipos	Enfocar el cumplimiento de las actividades hacia la misión corporativa mediante el liderazgo y trabajo participativo, en todos los miembros de la asociación y sus colaboradores.
Delegación / empoderamiento	Ofrece autonomía y poder de decisión para los profesionales que, según sus criterios, están más aptos a buscar nuevos negocios, mantener e incrementar el crecimiento de la organización.
Visión de largo plazo	Fortalecer estrategias que promuevan el desarrollo sostenible en la población mediante la conservación ambiental, gestión y ejecución de proyectos de turismo.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Establecer indicadores y estándares de medición para monitorear el rendimiento profesional tanto del personal de atención al cliente como de los miembros de la asociación, para lograr con éxito los resultados esperados.
Cumplimiento de metas	Definir objetivos acordes con la situación turística del país, que conlleven al mejoramiento del circuito, mismos que serán evaluados por su cumplimiento a través de indicadores estratégicos.
Administración de riesgos	Evalúa, identifica y mide los riesgos de la organización a través de la utilización de herramientas técnicas y minimiza al máximo la exposición de la empresa a los riesgos internos y externos identificados.
Generación de valor	Establece los lineamientos estratégicos para la mejora en los

	procesos organizacionales, con énfasis en la generación de valor para los accionistas, colaboradores y la comunidad.
--	--

b) Contador

Datos de Identificación				
Puesto/Cargo		Contador		
Nivel de reporte inmediato		Directiva de la comunidad		
Misión del Cargo				
“Ejercer correctamente la administración económica y contable del circuito”.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Gerente Personal del circuito Directiva de la comunidad		Personal del área de gerencia, y de servicios		Dirección provincial de turismo Gobiernos seccionales Entidades financieras Operadores turísticos
Perfil	Formación Académica	Requisitos formativos y cognitivos	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría y Finanzas	Conocimiento de programas contables y tributarios Conocimiento de la ley de Régimen Tributario	Inglés Nivel: Medio	Mínima de 2 años
Responsabilidades del cargo				
1. Responsable de la administración económica. 2. Remitir informes administrativos, contables y financieros al Gerente. 3. Responder por los fondos del circuito con su firma en los cheques y la del gerente. 4. Expedir facturas y percibir el importe de las mismas. 5. Realizar los pagos de materia prima, insumos, entre otras necesidades. 6. Llevar la contabilidad, ingresos y egresos. 7. Formular declaraciones fiscales.				

8. Realizar cotizaciones bancarias.	
9. Ordenar, clasificar y archivar comprobantes de ingresos y egresos.	
Indicadores de medición	
Indicador del área contable	Indicador de Proceso
Crecimiento económico empresarial	Inversión y reinversión adecuada de fondos económicos.
Condiciones de trabajo	
“Desarrolla sus actividades dentro y fuera de oficina, esta última cuenta con el equipamiento adecuado para el desempeño del cargo, ofrece un ambiente acogedor con ventilación e iluminación”.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Participa y toma decisiones sobre necesidades que requiere la empresa con el personal de otras áreas
Sinergia	Establece y crea un ambiente de confianza, respeto, compañerismo y trabajo en equipo para el desarrollo y éxito de la empresa.
2. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Procede de forma correcta dentro y fuera de sus obligaciones y responsabilidades laborales, transmite seguridad y conducta frente a su equipo de trabajo
Profesionalismo	Cumple y transmite iniciativa y fuerza a la organización, vela por la calidad y eficiencia en la ejecución de actividades del nivel directivo. Es modelo de referencia y consulta para todos los miembros de la organización.
Respeto a la institucionalidad	Genera una cultura de respeto empresarial a nivel interno y externo haciendo cumplir a cabalidad normas. Leyes reglamentos, ordenanzas y estatutos tal cual manifiesta los organismos competentes.

Competencias Gerenciales	
3. Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel ideal requerido
Oferta	Establecer costos de los productos turísticos conforme el flujo económico del mercado turístico interno y externo.
Demanda	Analizar las tendencias de mercado a nivel nacional o internacional
4. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cumplimiento de metas	Plantear, proponer y socializar presupuestos para el crecimiento turístico empresarial y salarial.
Generación de valor	Ampliar la cadena de valor a través del planteamiento de proyectos de inversión nacional e internacional dentro de los ejes de sostenibilidad turística.

c) Guía de turismo

Datos de Identificación				
Puesto/Cargo		Guía de turismo		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Misión del Cargo				
“Planificar, orientar, dirigir, informar, recrear, animar y conducir turistas nacionales y extranjeros dentro del circuito de agroturismo”.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Promotor / Vendedor		Comisiones especiales Gerente		Prestadores de Servicios Turísticos. Turistas, visitantes y público en general.
Perfil	Formación Académica	Requisitos formativos y cognitivos	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia

	<p>Título profesional de segundo o tercer nivel en cualquier área de especialización</p> <p>Preferencia: Guía profesional de turismo (Local)</p>	<p>Ser miembro de la comunidad</p> <p>Poseer licencia de guía local otorgada por el MINTUR</p>	<p>Inglés Nivel: Avanzado</p>	<p>Tener experiencia mínimo de un año en guianza</p>
Responsabilidades del cargo				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamento interno de la asociación. 2. Preparar el guión técnico de acuerdo a los requerimientos de la naturaleza del tour. 3. Preparar las condiciones favorables para la guianza y refrigerios en coordinación con la comisión de logística. 4. Tener listo el apoyo logístico para observar aves (binoculares, guía de aves, etc.), para las caminatas, cabalgata, ciclismo u otra actividad. 5. Atender y resolverlos problemas que pudieran tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado. 6. Elaborar y exigir la aplicación de normas de comportamiento y seguridad de los turistas. 7. El guía debe estar con predisposición para el trabajo aun fuera del horario establecido. 8. Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos del circuito. 9. Informar a los turistas sobre flora, fauna y cultura local de forma dinámica y cautelosa a la vez. 10. Nunca debe arrojar la basura en áreas no permitidas que contaminan el ambiente. 11. Nunca debe pedir regalos a los turistas. 12. El guía nunca debe discutir con sus compañeros de trabajo, frente al turista. 13. Durante las caminatas solo deben usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos. 14. Debe llenar las fichas de evaluación del servicio y registro del turista cuando empiece el tour. 15. No deberá hacer ruido durante la noche mientras los turistas se están preparando para dormir o mientras están durmiendo. 16. Cuando los turistas lleguen a la Asociación, deben invitarlos a una bebida si la hay, les 				

explicarán sobre el viaje y preguntar por sus intereses y sus expectativas.	
17. El guía es el máximo responsable del recorrido.	
18. Los guías o ayudantes deben dormir independientemente de los turistas.	
19. Mantener buenas relaciones con sus subalternos.	
20. El guía está prohibido de usar drogas y alcohol en horarios de trabajo.	
21. El guía no debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el tour.	
22. Y las demás funciones que le asignen su organización y aquellas que le fueren recomendadas por el coordinador de guianza.	
Indicadores de medición	
Indicador Empresarial	Indicador de Proceso
Responsabilidad en la conducción y cumplimiento de las políticas establecidas en guianza. Guión técnico. Ser activo, dinámico, firme y seguro de sí mismo.	Responsabilidad directa en el disfrute y entretenimiento de los turistas para garantizar una experiencia satisfactoria. Mostrar paciencia, educación y liderazgo. Ser entusiasta, mostrar interés en las aves y su conservación.
Condiciones de trabajo	
Desarrolla sus labores en las áreas de recreación, conservación e investigación, se desempeña mediante la responsabilidad directa del manejo de grupos en contacto directo con el recurso turístico y el turista.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Lealtad	Desarrolla sus labores en las áreas de recreación, conservación e investigación, se desempeña mediante la responsabilidad directa del manejo de grupos en contacto directo con el recurso turístico y el turista.
Respeto	Velar por la seguridad del turista, por el respeto a las comunidades locales y la protección del medio ambiente.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido

Cooperación	Coordinar, organizar y planificar actividades que conlleven al cumplimiento de los objetivos y metas de la asociación.
Sinergia	Proveer oportunidades y beneficios para personas locales en todos los aspectos de la operación turística de forma directa o indirectamente.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Velar por la integridad e imagen de la asociación mediante el cumplimiento de normas laborales y sociales, promoviendo valores morales para con la naturaleza y la población.
Profesionalismo	Promover un trabajo eficiente, dinámico y participativo, que garantice experiencias satisfactorias en los clientes, mostrando puntualidad, responsabilidad, organización, liderazgo y respeto a recursos naturales y culturales.
Respeto a la institucionalidad	Promover el cumplimiento de políticas, normas y principios en los turistas, con el fin de encaminar hacia el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.
4. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personal	Mostrar profesionalismo a través de su de conocimiento, experiencia, firmeza y liderazgo para garantizar la estabilidad y satisfacción de los turistas.
Conducción efectiva de equipos	Desempeñar sus funciones demostrando firmeza, confianza y seguridad en el manejo de grupos para promover el cumplimiento de las actividades y la satisfacción plena de la estadía de los turistas.

d) Promotor / Vendedor

Datos de Identificación				
Puesto/Cargo		Promotor / Vendedor		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Misión del Cargo				
“Realizar la promoción y difusión de los productos turísticos en el mercado interno y externo en coordinación con el gerente y contad”.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Gerente Contador Personal del circuito		Personal de todas las áreas		Dirección provincial de turismo Prestadores de servicios turísticos Sector público, privado, comunitario y ONG’s
Perfil	Formación Académica	Requisitos cognitivos	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título profesional de segundo o tercer nivel en áreas administrativas. Preferencia: Ingeniero en Marketing	Manejo de programas de diseño gráfico.	Inglés Nivel: Medio	Experiencia de 2 años
Responsabilidades del cargo				
1. Coordinar conjuntamente con el contador y gerente sobre actividades de difusión turística. 2. Realizar análisis de mercado interno y externo. 3. Realizar fotografías para la elaboración de medios de difusión turística. 4. Realizar alianzas estratégicas con agencias operadoras nacionales y extranjeras 5. Controlar y supervisar presupuestos de ventas. 6. Realizar reservaciones. 7. Determinar estrategias de venta. 8. Definir la cadena de distribución. 9. Crear paquetes y tarifas especiales.				

10.	Manejar una base de datos de clientes.
11.	Buscar mercados potenciales.
12.	Participar en eventos que representen la oportunidad de cerrar nuevos negocios.
13.	Coordina la participación en ferias turísticas.
14.	Actualizar las estrategias del marketing mix.
Indicadores de medición	
Indicador Empresarial	Indicador de Proceso
Posicionamiento y reconocimiento de la marca turística en el mercado interno y externo	Promoción y publicidad de los productos turísticos.
Condiciones de trabajo	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.	
Perfil de Competencias	
1. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Participa y toma decisiones conjuntamente con el personal de la empresa sobre las necesidades de promoción y mercadeo en el mercado nacional e internacional.
Sinergia	Establece y crea un ambiente de confianza, respeto, compañerismo y trabajo en equipo dentro y fuera de su campo de acción.
2. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Proceder de forma correcta dentro y fuera de sus obligaciones y responsabilidades laborales.
Profesionalismo	Demostrar capacidades, conocimientos, experiencias, liderazgo e innovación en el marketing turístico.
Respeto a la institucionalidad	Generar una cultura de respeto y reconocimiento institucional a pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas nacionales e internacionales, a través de la adecuada difusión y promoción

	de los productos turísticos plasmados en la marca turística de la empresa.
Competencias Gerenciales	
3. Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel ideal requerido
Oferta	Ofrecer material promocional conforme los productos turísticos y tendencias del mercado.
Demanda	Analizar los medios publicitarios optados por los turistas nacionales y extranjeros para plasmar y diseñar medios de difusión conforme los solicita el turista
4. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cumplimiento de metas	Ampliar, proponer, diseñar y promocionar diversidad de productos de calidad a nivel interno y externo.
Generación de valor	Seleccionar medios promocionales que cumplan con las expectativas de la empresa y del cliente, mejorando la cadena de valor dentro del marketing mix.

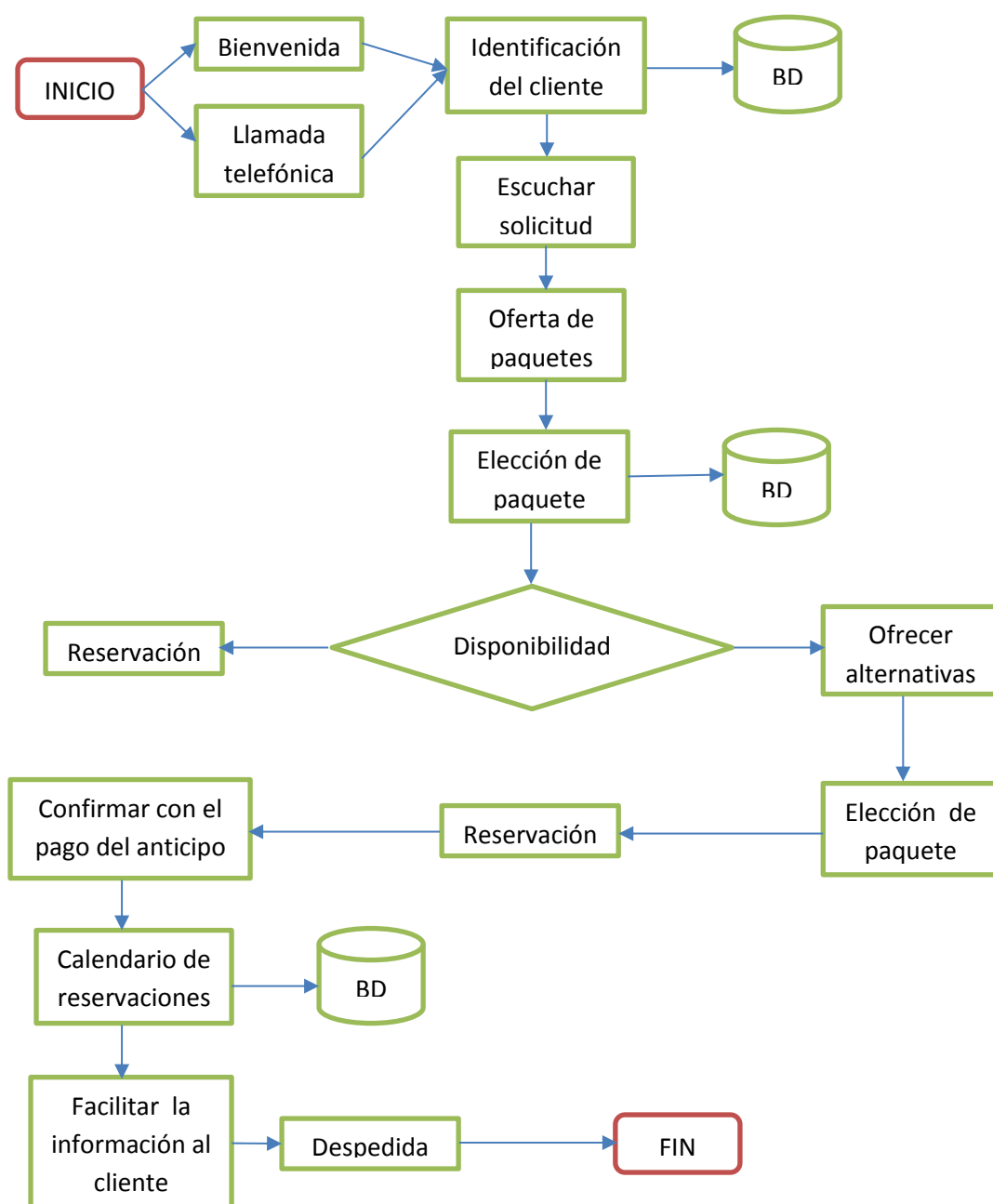
3) Manual de procedimientos

a) Proceso para reservación

- Recibir al cliente en caso de reservaciones personales.
- Contestar el teléfono.
- Identificar al cliente en la base de datos
- Escuchar atentamente y tomar nota de lo solicitado.
- Realizar la oferta de los paquetes turísticos disponibles
- Constatar la disponibilidad de los servicios requeridos por el cliente.
- Reservar los servicios requeridos en la base de datos.

- Confirmar la reservación con un anticipo del 50% del precio total, apuntando todos los datos necesarios como nombre, pasaporte, número de personas, adultos, niños, paquete, comida o bebidas que prefieran, día, hora de llegada, etc.
- Apuntar la información en el calendario de reservaciones.
- Facilitar información al visitante y/o tour operador.
- Despedida.
- En caso de no existir disponibilidad en las fechas requeridas por el cliente, ofrecer otras fechas en las que existan plazas disponibles

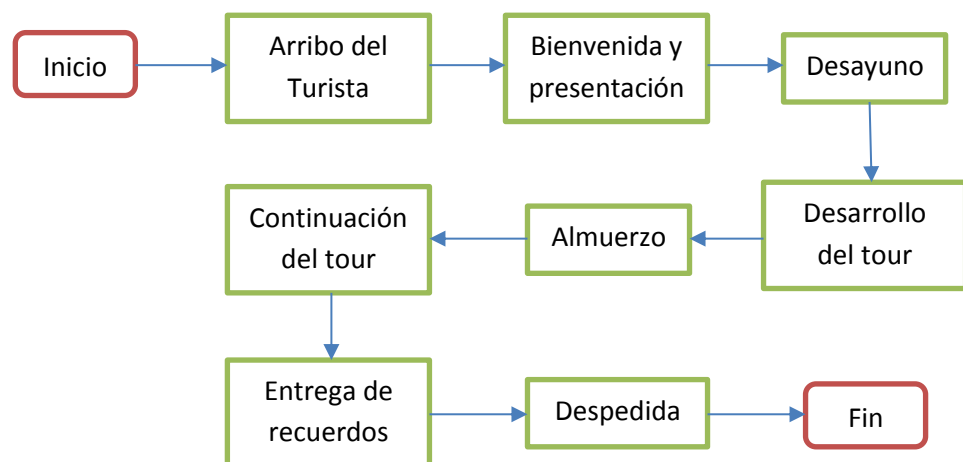
Flujograma de procesos para las reservaciones



b) Proceso para la operación del paquete

- Inicio
- Arribo del turista al circuito
- Dar la bienvenida y presentación del grupo
- Desayuno
- Salida hacia el recorrido
- Desarrollo tour
- Almuerzo
- Continuación del tour
- Entrega de recuerdos
- Despedida

Flujograma de procesos para la operación del paquete

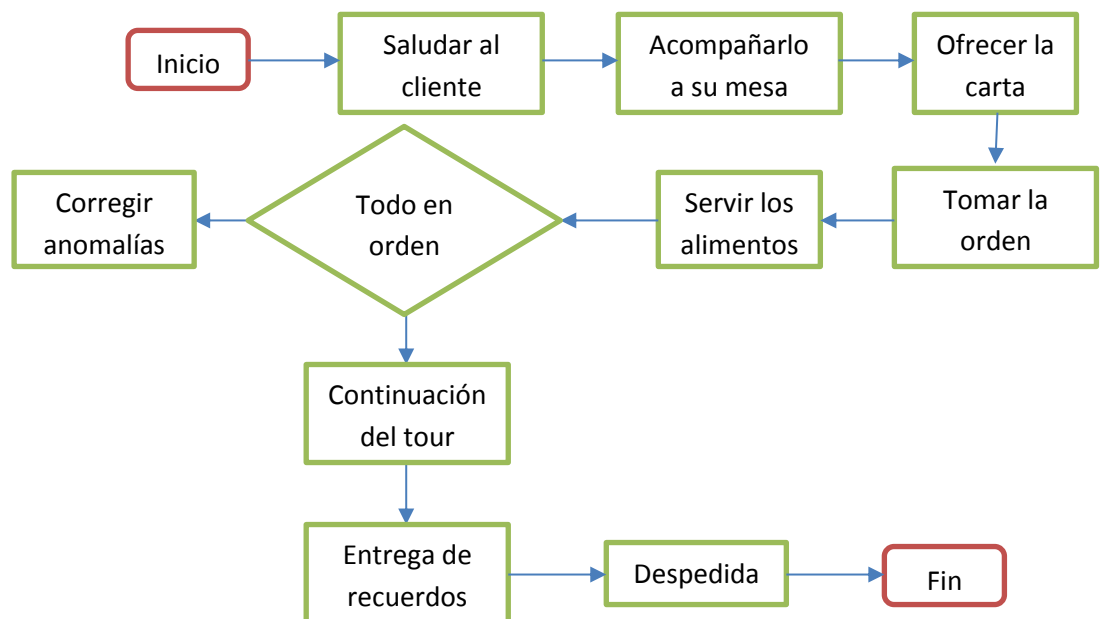


c) Procesos para el servicio de alimentación

- Saludar al cliente y acompañarlo a su mesa
- Entregar el menú y opciones que se ofrecen
- Tomar la orden
- Servir los alimentos

- Asegurarse que todo esté bien
- Esperar a que el cliente termine la orden
- Levantar la vajilla

Flujograma de procesos para el servicio de alimentación



3. Estudio ambiental del circuito

a. Efectos del proyecto sobre el medio

Toda actividad causa un impacto al medio, ya sea positivo o negativo. En el presente proyecto se aprovecharán las vías existentes, y abriendo senderos para los recorridos en la producción, entretenimiento y recreación en los sitios por donde atraviesa el circuito, y el desarrollo de actividades complementarias, causando los impactos que se detallan a continuación:

1) Fase de construcción

En esta fase, en base a los requerimientos para la implementación del circuito de agroturismo, se consideran actividades que causan efectos sobre el medio las siguientes:

a) Apertura de senderos

Esta condición no tiene incidencia negativa, ya que con un buen sendero se evitará que los visitantes se desvíen del mismo y perturben zonas vulnerables. Otra condición es que no se afecta a zonas naturales ya que los senderos se abrirán junto a los caminos internos de la finca, mismo que se utilizan para la movilización de los semovientes en la finca El León o el paso de los estudiantes en el caso del colegio Hernán Malo Gonzáles.

b) Colocación de señalética

Al colocar letreros informativos se removerá parte del suelo y vegetación pero su impacto será mínimo, los materiales a utilizar serán propios de la zona. La señalética tiene como objeto concienciar y guiar a los visitantes, motivándolos a la protección de la naturaleza y la generación de empleo, lo que ayuda al desarrollo de los pueblos.

2) Fase de operación

El circuito de agroturismo será operado y promocionado por el Centro de Turismo Comunitario “Las Mercedes” y comercializado a través de la intermediación de agencias

operadoras de la provincia Tsáchila y los contactos de las mismas. Por lo tanto el proyecto realizará las siguientes actividades:

a) Tránsito de vehículos

Esta actividad generará la emisión de gases que contaminan el aire, debido al smog que provocan los carros, así como también provocará la compactación del suelo, además por las vibraciones y ruido se perturbará el hábitat de las especies provocando el abandono de nidos y la migración a otra zona. Pero hay que recalcar que los servicios de transporte generarán ingresos económicos para la población local.

b) Recorrido de personas por senderos

Debido a las condiciones climáticas, el sendero puede deteriorarse y compactarse, por eso se propone que en temporada invernal se trabaje con un máximo de 20 pax por día y en el resto del año con 50 pax diarios (en verano); así como también el visitante debe guardar armonía y respeto, y no salir del sendero ya que esto estropeará la vegetación, por lo tanto para el mantenimiento del mismo se cobrará un valor simbólico por el ingreso de los visitantes hacia la zona.

c) Observación de flora y fauna

Al practicar esta actividad se fomentará la caminata, cabalgata o ciclismo, evitando la utilización vehículos a motor para minimizar el deterioro y compactación del suelo, lo importante es la observación de las especies silvestres en su estado natural, sí no se toman las

precauciones necesarias se pueden ocasionar alteraciones en el hábitat de las especies en observación. Sin embargo esta actividad bien manejada muestra rentabilidad para la población local, diversificando los productos turísticos, fomentando oportunidades para la guianza local e incentivando la conservación de las fuentes de agua, bosques y demás recursos naturales.

d) Agroturismo

Esta actividad fomentará actividades amigables con el ambiente, al realizar recorridos e incentivar a la población a la conservación de la naturaleza. Aunque esta actividad dinamice la economía local, provocará el incremento de desechos orgánicos e inorgánicos, incremento del consumo de agua y energía en los establecimientos prestadores de servicios turísticos, entre otros, por lo cual es necesario promover la sensibilización en temas de conservación y educación ambiental. Adicionalmente esta actividad generará oportunidades de empleo y por ende desarrollo local.

e) Cabalgata

Al salir a lugares de difícil acceso, los caballos compactan el suelo con sus cascos pero sus impactos son mínimos en comparación con el uso de vehículos, hay que tomar en cuenta también que adicionalmente esta actividad generará ingresos económicos para la localidad por el alquiler de los caballos

f) Manipulación de alimentos

Esta actividad afectará negativamente debido a que se generará contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos que sin un buen manejo ocasionará un leve nivel contaminante, así como también se incrementará el uso del agua, generando aguas servidas en la localidad.

g) Generación de oportunidades de empleo

Se generará un impacto positivo a través de la prestación de servicios turísticos fomentando oportunidades de trabajo para la población.

h) Promoción

Aquí se genera un impacto positivo ya que al difundir y promocionar el agroturismo, se comercializará productos y servicios locales a mejores precios lo que diversificarán los ingresos locales fomentando la recreación y conservación de los ecosistemas, también se generará empleo directa o indirectamente durante el proceso de operación turística.

i) Comercialización de productos

En esta actividad se genera un impacto positivo ya que al poder vender lo que se produce en la zona se genera un incremento en los ingresos económicos, ya que estos se venden a mejores precios, lo que dinamiza la economía local.

j) Ciclismo

Aquí se promueve cambiar el hábito sobre el uso de medios de transporte a motor para ciertas actividades utilizando la bicicleta que no contamina, sus impactos son mínimos, adicionalmente su práctica incentiva la el cuidado del medio ambiente y las actividades turísticas.

b. Identificación de los factores ambientales del entorno susceptibles de recibir impactos.

1) Aire

Es uno de los factores más susceptible a ser afectado debido a que se encuentra de forma dinámica y permanente en todos los lugares, por lo tanto las actividades de contaminación por gases tóxicos como el CO₂ emanado por los vehículos o por la combustión de residuos orgánicos e inorgánicos, causan problemas a la salud humana y al ambiente, por los que surge un desequilibrio en el ciclo de vida de los seres vivos.

2) Suelo

Este factor es afectado por el deterioro de las vías de acceso hacia los puntos de destino del circuito, por la compactación de los senderos o caminos y por el tránsito de los visitantes y animales.

3) Agua

Se considera la conservación de fuentes de agua, como son ojos de agua, esteros ríos y riachuelos, mismo que son al ser hábitats de diferentes especies son fuentes de vida para la humanidad. Como aspecto negativo se reconoce que en los establecimientos considerados en el circuito aumentarán el consumo de este líquido vital y la generación de aguas servidas.

4) Flora y fauna

Factor muy importante aunque complementario en el circuito de agroturismo, la flora y la fauna siempre serán los puntos centrales de la actividad turística sostenible, viéndose amenazados por la apertura de nuevos senderos por la destrucción de la vegetación, perturbación de los animales que tienen sus nidos por esa zona, o manejo de la actividad turística. Pero para lograr que se minimice el impacto se ha venido y se continuará capacitando a la población en temas de conservación y educación ambiental.

5) Paisaje

Es un factor para la admiración, distracción, y entretenimiento, el cual merece ser cuidado ya que es de origen natural y antrópico, los impactos negativos son ocasionados por el ruido y su deterioro por la generación de desechos.

6) Factor Socio-Económico

Estrechamente relacionado con todo el proyecto ya que se aspira lograr el desarrollo de la actividad turística, fomentando el intercambio cultural y estableciendo los productos turísticos de la provincia para dinamizar la economía local, mejora directa e indirectamente la calidad de vida de la población, genera fuentes de empleo a través de la prestación de servicios turísticos.

c. Resultado de la Matriz de Lázaro Lagos

ACTIVIDADES												CRITERIOS DE EVALUACIÓN																				
COMPONENTES AMBIENTALES	IMPACTOS											1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación											
	1. Apertura de senderos	2. Implementación de señalética	3. Tránsito de vehículos	4. Recorrido de personas por senderos	5. Observación de Flora y Fauna	6. Agroturismo	7. Cabalgata	8. Manipulación de alimentos	9. Generación de oportunidades de Empleo	10. Promoción	11. Comercialización de productos	12. Clíctismo	Emisión de gases contaminantes	Disminución de gases contaminantes ocasionados por vehículos a motor	Contaminación	Alteración	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Conservación de fuentes de agua	Incremento del consumo de agua	Aumento de aguas servidas	Valoración de la importancia de la flora y la fauna	Protección a especies de flora	Protección a especies de fauna	Aumento de turismo en la zona	Generación de desechos	Perturbación por ruido	Diversificación del potencial turístico	Socialización ambiental en turistas y comunidades	Dinamización de la economía local	Cambio de mentalidad en la población de cazadores a guías de turismo	Mejoramiento de las vías de acceso	Itinerario cultural
A. AIRE	X		X	X			X					X		X																		
	X			X			X					X																				
B. SUELO	X		X	X			X	X			X	X																				
	X	X			X		X																									
C. AGUA				X		X	X	X																								
						X																										
D. FLORA Y FAUNA		X		X	X	X				X																						
	X	X		X	X	X				X																						
	X	X		X	X	X						X																				
	X	X	X	X	X	X	X			X		X																				
E. PAISAJE				X		X	X																									
	X	X	X	X	X	X																										
F. SOCIO- ECONÓMICO	X	X		X	X	X	X					X																				
		X			X			X	X	X		X																				
	X			X	X	X	X	X			X	X																				
	X			X		X																										

e. Plan de Manejo Ambiental

Dónde	Qué	Para qué	Cómo	Cuando		Quien		Cuanto
				Aplica	Controla	Aplica	Controla	
Finca El León	Construcción de senderos	No cruzar zonas que no han sido alteradas	La construcción se realizará por los sitios donde actualmente transitan personas	Implementación del circuito	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	Dueños de la finca	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	1000
Colegio Hernán Malo Gonzáles	Adecuación del sendero	No causar impacto a zonas vulnerables	Delimitando el sendero actual	Implementación del circuito	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	Dueños de las fincas	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	1000
Circuito de agroturismo	Clasificación de desechos reciclables y no reciclables	Evitar contaminación por desechos	Plan de manejo de desechos	Operación del circuito	GAD Provincial Santo Domingo	Comunidad	GAD Provincial Santo Domingo	1000

					de los Tsáchilas		de los Tsáchilas	
Circuito de agroturismo	Recorridos	Disminuir la emisión de gases contaminantes	Promover el uso de bicicleta y caballos	Operación del circuito	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	Comunidad	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	1000
Circuito de agroturismo	Recorridos	Evitar perturbación de la fauna	Implementación de señalética, preventiva, orientativa e interpretativa	Operación del circuito	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	Comunidad, Guía de turismo	GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas	5600

4. Análisis económico

a. Inversiones

ADECUACIÓN	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Construcción de senderos	1000	1	1000
Paneles interpretativos	700	8	5600
Letreros con mensajes	30	10	300
Letreros	700	7	4900
Valla	1000	2	2000
Facilitador	400	4	1600
Materiales	500	1	500
Computadora de escritorio Intel Core I7. 1TB HD. 4 GB RAM	1200	1	1200
Impresora Láser color Multifunción	2000	1	2000
Estación de trabajo	300	1	300
Silla tipo secretaria	150	1	150
Silla tipo visita	50	4	200
Alquiler de chivas populares para la visita al circuito	240	12	2880
Gastos por constitución y permisos	600	1	600
Publicidad	1500	1	1500
Servicios básicos	1500	1	1500
Gastos de ventas	1000	12	12000
TÉCNICO EN TURISMO SOSTENIBLE	1500	12	18000
SUBTOTAL			56230
IMPREVISTOS			5623
TOTAL			61853

b. Ingresos

1) Estudio de la competencia

No se registraron competidores de este tipo de producto turístico.

2) Demanda

De la población total de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se establece que el 50% es la demanda potencial para este proyecto, el 25% la demanda efectiva, con una proyección de crecimiento del 3,7% según el POT

Año	Demanda Potencial	Demanda Efectiva
2014	196773	98387
2015	204054	102027
2016	211604	105802
2017	219433	109717
2018	227552	113776

Al no tener competidores, se establece que la totalidad de la demanda efectiva es la demanda insatisfecha.

Año	Demanda Insatisfecha proyectada
2014	98387
2015	102027
2016	105802
2017	109717
2018	113776

3) Demanda Objetivo

Del total de la demanda insatisfecha, tomamos el 9% como demanda objetivo.

Año	Demanda Potencial	Demanda Insatisfecha	Demanda Objetivo
------------	--------------------------	-----------------------------	-------------------------

	proyectada	proyectada	proyectada (9%)
2013	196773	98387	8855
2014	204054	102027	9182
2015	211604	105802	9522
2016	219433	109717	9875
2017	227552	113776	10240

De acuerdo a la demanda objetivo establecimos los ingresos y proyectamos los siguientes 5 años, de acuerdo al POT Santo domingo, 2009. En el caso de crecimiento poblacional y al INEC, 2012. En el caso de la inflación

Año	Costo	Número de ventas	Ingresos
2014	19,86	8855	175885,98
2015	20,69	9182	189980,75
2016	21,55	9522	205205,65
2017	22,45	9875	221651,33
2018	23,38	10240	239413,18

c. Egresos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de chivas populares para la visita al circuito	2880	3110,80	3360,10	3629,37	3920,23
Gastos por constitución y permisos	600	648,08	700,02	756,12	816,71
Remuneración de personal	15960	16623,94	17315,49	18035,82	18786,11
Publicidad	1500	1620,21	1750,05	1890,30	2041,79
Servicios básicos	1500	1620,21	1750,05	1890,30	2041,79
Insumos	125074,47	135097,84	145924,47	157618,75	170250,19
Gastos de venta	12000,00	12961,67	14000,41	15122,39	16334,29
TOTAL EGRESOS	159514,47	171682,75	184800,60	198943,04	214191,09

d. Estados Financieros

1) Estado de Resultados

Es necesario tener en conocimiento la movilización del dinero dentro del proyecto, para saber si existen pérdidas o ganancias en el mismo.

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas anuales	175885,98	189980,75	205205,65	221651,33	239413,18
TOTAL INGRESOS	175885,98	189980,75	205205,65	221651,33	239413,18
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler de chivas populares para la visita al circuito	2880	3110,80	3360,10	3629,37	3920,23
Gastos por constitución y permisos	600	648,08	700,02	756,12	816,71
Remuneración de personal	15960	16623,94	17315,49	18035,82	18786,11
Publicidad	1500	1620,21	1750,05	1890,30	2041,79
Servicios básicos	1500	1620,21	1750,05	1890,30	2041,79
Insumos	125074,47	135097,84	145924,47	157618,75	170250,19
Gastos de venta	12000,00	12961,67	14000,41	15122,39	16334,29
TOTAL EGRESOS	159514,47	171682,75	184800,60	198943,04	214191,09
DEFICIT O SUPERAVIT	16371,50	18298,00	20405,06	22708,29	25222,08

En este caso se puede observar que hay un superávit de \$ 16,371.50; lo que demuestra ser positivo para el proyecto

5. Evaluación Financiera

a. Flujo de Caja

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		175.885,98	189.980,75	205.205,65	221.651,33	239.413,18
+	VALOR SALVAMENTO						
-	COST. PRODUCC.		125.074,47	135.097,84	145.924,47	157.618,75	170.250,19
-	COSTOS. ADMINIS.		15.960,00	16.623,94	17.315,49	18.035,82	18.786,11
	SENSIBILIZACIÓN						
-	COSTOS VENTAS		12.000,00	12.961,67	14.000,41	15.122,39	16.334,29
-	COSTOS FINANCIEROS		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		22.851,50	25.297,30	27.965,28	30.874,38	34.042,60
-	REPARTO UTILIDADES		3.427,73	3.794,59	4.194,79	4.631,16	5.106,39
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		19.423,78	21.502,70	23.770,49	26.243,22	28.936,21
-	IMPUESTO		4.855,94	5.375,68	5.942,62	6.560,81	7.234,05
=	UTILIDAD NETA		14.567,83	16.127,03	17.827,86	19.682,42	21.702,16
+	DEPRECIACIONES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+	AMORT. ACT. NOMINAL		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
-	TOTAL INVERSIONES	61.853,00					
+	RECUP. CAPITAL TRABAJO						
	FLUJO DE CAJA	-61.853,00	14.567,83	16.127,03	17.827,86	19.682,42	21.702,16

b. VAN

\$ 16.509,27

c. TIR

13%

d. Relación Costo-Beneficio

Relación Beneficio Costo						
Años	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	-61.853,00	14.567,83	16.127,03	17.827,86	19.682,42	21.702,16
Factor de Actualización	1	0,96	0,92	0,88	0,85	0,82
Flujo de Caja Actualizado	-61853	13986,02	14864,57	15775,98	16721,47	17701,01
Total valores negativos y positivos	-61853	79049,05				
Relación Beneficio Costo	1,28	Por cada \$ 1 de inversión ganamos \$ 1,28				

e. Periodo de recuperación del capital

Período de Recuperación del Capital						
Años	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja Actualizado	-61853	13986,02	14864,57	15775,98	16721,47	17701,01
Sumatoria de Flujo de Caja Actualizado			28.850,59	44.626,57	61.348,04	79.049,05
			A1	A2	A3	A4
El período de recuperación de capital es de 3 años						

C. EVALUAR Y JERARQUIZAR EL CIRCUITO DE AGROTURISMO

1. Evaluación del circuito

Para evaluar el circuito de agroturismo, se han establecido los ejes estratégicos, ámbito organizacional, ordenación del territorio, jerarquización de los atractivos, oferta turística, indicadores sociales y significado, mismos que permitieron jerarquizar el circuito.

Tomados de TIERRA, PIRAY, FIERRO, CAJAS, 2009, a continuación se describen el resultado de los ejes estratégicos y criterios antes mencionados.

a. Ámbito organizacional

Dentro de este ámbito se hizo referencia a la forma de manejo e intervención de los organismos públicos, privados y comunitarios en el circuito dentro de sus correspondientes competencias enmarcados dentro de un turismo sostenible, sean estos a través de la gestión, administración, control y evaluación de la actividad turística.

1) Gobiernos locales – Incidencia pública

Gobiernos locales que desarrollan actividades turísticas dentro de sus límites geográficos, sean gobiernos seccionales capaces de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, como el GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas teniendo dentro de sus herramientas para la gestión del turismo las siguientes:

- Plan de Ordenamiento Territorial
- Plan Operativo Anual (POA)
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico

2) Organizaciones privadas y comunitarias – Incidencias (Asociaciones)

En el sector se encuentran involucradas directamente la directiva de la comunidad, también algunas asociaciones agrícolas se hacen presentes para apoyar en el desarrollo del circuito.

La empresa privada también se encuentra presente dentro del circuito, prestando servicios de recreación, alimentación y transporte, prestando su servicio a la población local y visitantes.

b. Ordenación del territorio

En este eje estratégico de planificación territorial se evaluó el cómo llegar a los recursos con potencialidad turística su conectividad entre sí, y la infraestructura básica con la que cuentan.

c. Jerarquización de los atractivos

Se estableció el número de atractivos naturales y culturales de acuerdo a su jerarquía obtenida en el inventario de atractivos turísticos del circuito, de acuerdo al MINTUR 2004.

d. Oferta turística

En lo que tiene que ver con la oferta, se tomaron en cuenta los atractivos, su interacción con la actividad agrícola y la naturaleza, los servicios turísticos del sector y las actividades que pueden realizarse en el circuito.

e. Indicadores sociales

Se consideró como el circuito de agroturismo, contribuye a la generación de empleo y también como este mismo tipo de proyecto pueda ser implementado en otras poblaciones de la provincia.

f. Significado

Se evaluó el reconocimiento del circuito, sea este a nivel local, provincial, nacional e internacional.

g. Matriz de evaluación de rutas turísticas, adaptada para el circuito de agroturismo

EJES ESTRATÉGICOS	CRITERIOS	EVALUACIÓN DEL CIRCUITO	VALOR ÓPTIMO DEL EJE
1. AMBITO ORGANIZACIONAL	Gobiernos Locales – incidencia pública	1	4
	Organizaciones privadas y comunitarias	1	
	Sector Comunitario	1	
	Sector Privado	1	
	Subtotal 1		
2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO	Conectividad entre recursos con potencialidad turística	1	6
	Conectividad con recursos con potencialidad turística y poblados	2	
	Vías de comunicación	2	
	Infraestructura básica	1	
	Subtotal 2		
3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRATIVOS	Jerarquía IV	4	10
	Jerarquía III	3	
	Jerarquía II	2	
	Jerarquía I	1	
	Subtotal 3		
4. OFERTA TURÍSTICA	Actividad agrícola orgánica	15	45
	Biodiversidad acompañante	10	
	Diversidad de Producción	10	
	Paisaje	5	
	Servicios Turísticos	3	
	Diversificación de Actividades Turísticas	2	
	Subtotal 4		
5. INDICADORES SOCIALES	Índices de pobreza	5	10
	Efecto réplica	5	

	Subtotal 5		
6. SIGNIFICADO	Local	2	25
	Provincial	4	
	Nacional	7	
	Internacional	12	
	Subtotal 6		
	TOTAL	100	
	CATEGORÍA (A,B,C,D)		

h. Matriz de evaluación del circuito de agroturismo

EJES ESTRATÉGICOS	CRITERIOS	EVALUACIÓN DEL CIRCUITO
1. AMBITO ORGANIZACIONAL	Gobiernos Locales – incidencia pública	1
	Organizaciones privadas y comunitarias	1
	Sector Comunitario	1
	Sector Privado	1
	Subtotal 1	4
2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO	Conectividad entre recursos con potencialidad turística	1
	Conectividad con recursos con potencialidad turística y poblados	1
	Vías de comunicación	2
	Infraestructura básica	1
	Subtotal 2	5
3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRATIVOS	Jerarquía IV	
	Jerarquía III	
	Jerarquía II	2
	Jerarquía I	
	Subtotal 3	2
4. OFERTA TURÍSTICA	Actividad agrícola orgánica	13
	Biodiversidad acompañante	7
	Diversidad de Producción	7
	Paisaje	3
	Servicios Turísticos	1
	Diversificación de Actividades Turísticas	1
	Subtotal 4	32
5. INDICADORES SOCIALES	Índices de pobreza	4
	Efecto réplica	4
	Subtotal 5	8

6. SIGNIFICADO	Local	
	Provincial	4
	Nacional	
	Internacional	
	Subtotal 6	4
	TOTAL	55
	CATEGORÍA (A,B,C,D)	B

2. Jerarquización del circuito

En base a la matriz de evaluación se estableció para jerarquizar el circuito la metodología del MINTUR 2004 que evalúa los siguientes criterios:

a. Calidad

Define la medida del interés de un atractivo, lo que lo hace único y que motivan la visita de corrientes turísticas evaluando el valor intrínseco, valor extrínseco, estado de conservación y el entorno

b. Apoyo

El apoyo fue medido en base a las condiciones operativas y físicas que complementan el circuito de acuerdo al acceso, servicios y su asociación con otros atractivos.

c. Significado

Esta variable es la que denota la importancia o relevancia del circuito en función del espacio territorial donde es conocido o divulgado, ya sea local, provincial, nacional e internacional.

Puntos	Jerarquía
1 a 25	Jerarquía I
26 a 50	Jerarquía II
51 a 75	Jerarquía III
75 a 100	Jerarquía IV

VALORACIÓN DEL CIRCUITO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	12
	b) Valor Extrínseco	10
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

JERARQUÍA II

VI. CONCLUSIONES

- A.** El recinto Las Mercedes gracias a su ubicación posee un gran potencial agroturístico, el cual se ve reflejado en su riqueza agroproductiva, misma que da origen a que sus fincas sean consideradas como atractivos turísticos.
- B.** La falta de integración de sus pobladores y la participación de todos los sectores involucrados en el turismo, han sido causales para que la actividad turística no se desarrolle en este sector.
- C.** En base a su riqueza agroproductiva y con el porcentaje de aceptación del producto, se pudo diseñar el Circuito de Agroturismo puede generar una rentabilidad financiera del 13% al tercer año de funcionamiento, demostrando que la inversión es económicamente rentable.
- D.** El circuito de Agroturismo propuesto, fue evaluado y categorizado alcanzando una jerarquía II, lo que significa que turísticamente cuenta con un rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento, Razón por la cual se convierte en un producto turístico que dinamizará la economía del recinto trayendo consigo sostenibilidad ambiental, económica y social en beneficio de todos sus actores.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** El trabajo integrado de todos los sectores como los Gobiernos seccionales, organizaciones comunitarias, y la empresa privada deben unir esfuerzos para que se implemente el circuito de agroturismo.
- B.** Realizar un trabajo con todos los actores involucrados en la actividad turística para el mejoramiento de los componentes del sistema turístico.
- C.** Gestionar el agroturismo en la provincia ante el gobierno central y todos los organismos e instituciones de apoyo para el financiamiento de la implementación del circuito lo cual contribuirá a la conservación de las zonas naturales aún existentes en el sector.
- D.** El circuito de agroturismo es un claro ejemplo de cómo poder generar fuentes de empleo para la población local, lo que dinamizará la economía del sector ofreciendo a la población una nueva fuente de ingresos económicos, por lo tanto esta potencialidad debe ser socializada para llevar a cabo este producto turístico y comprometer a las comunidades al desarrollo y conservación ambiental.
- E.** Capacitar a la población del recinto Las Mercedes en lo referente a la “Identificación de Necesidades de Capacitación en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas”, producto de la consultoría “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propuso: diseñar un circuito de agroturismo localizado en el recinto Las Mercedes, del Cantón Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas; mediante técnicas de investigación bibliográfica y de campo, identificando un alto potencial agrícola, esta condición hace que sea marcada como uno los productos turísticos de oportunidad establecidos en el PLANDETUR 2020, contando con un mercado turístico significativo que demandará el producto. Para el diseño del mismo se aplicó la metodología utilizada para el diseño de la Ruta del Agua, mientras que para la evaluación y jerarquización la metodología trabajada por FIERRO, G. PIRAY, M. TIERRA, P. (2009) adaptada para el agroturismo. Para una adecuada operación turística, se define en forma participativa un modelo de gestión administrativa, operativa y ambiental para un adecuado funcionamiento. El estudio financiero determinó que la inversión inicial será de un \$ 61.853,00 dando un VAN positivo de \$ 16.509,27 y una relación B/C de \$ 1,28, el tiempo de recuperación de la inversión será de 3 años alcanzando un TIR del 13%. Se recomienda implementar el circuito en medida que dinamice la economía del sector.

Por: Rody Mendoza

IX. SUMARY

The following research proposed the design of Agroturism Route in “Las Mercedes” parish, Santo Domingo canton, Santo Domingo de los Tsáchilas province: by means of bibliographic and field resaerch techniques, a high agriculture potencial was identified. This place is considered as one of the best tourist places with a high percentage od opportunities established by PLANDETUR 2020, having a significant tourist market which will demand the product. The design of the Agroturism Route used the same methodology as the Water Route whereas for the classification and evaluation FIERRO, G. PIRAY, M. TIERRA, P (2009) methodology, which was adapted to agrotourism. In order to have an adequate tourist process, it es necessary to define an administrative, operative, and environmental management model in a participative way. The financial studay determined that initial investmen will be of 61.853 dollars with a positive NPV (Net Present Value) of 16.509,27 dollars and a Cost relation of 1,28 dollars, the time for the investment recovery will be 3 years, getting a 13% of IRR (Internal Rate of Return). It is recommended to implement the Agrotourismo Route as the economy in this area grows.

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ABRIL, A. (2011). Diseño de un producto de aviturismo y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento en el cantón Patate, provincia de Tungurahua. Tesis Ing. EC. Espoch.
2. BORJA, E. (2009). Diseño de un sistema alternativo de producción de energía en la zona ecoturística Chachimbiro. Tesis Ing. EC. Espoch.
3. ASTORGA, A. (1994). Manual de Diagnóstico Participativo. Tercera edición. Centro de Educación Popular. CEDEP – Quito – Ecuador
4. BUENAS TAREAS. Estudio Administrativo Legal. Consultado el 1 de octubre del 2012. Disponible en línea: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Estudio-Legal-y-Administrativo-Proyecto-Inversion/312105.html>
5. CAIZA, V. 2011. Evaluación del potencial turístico para la implementación del circuito Agroturístico Fátima-Murialdo perteneciente a la parroquia Fátima, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.
6. CAJAS, C. 2008. Diseño de un sistema de rutas para el desarrollo del aviturismo y estrategias para su implementación en la provincia de Chimborazo, PDF.
7. CARRASQUERO, D. Consultado el 15 de Marzo del 2011. Disponible en línea: <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
8. FERNANDEZ, V. 2006. Diseño del producto turístico, PDF. Consultado el 25 de septiembre del 2012, Disponible en línea: <http://www.mincomercio.gov.co/minturismo/descargar.php?id=20100>
9. MARIOTTI, J. 2011. GESTIPOLIS. Consultado el 28 de marzo del 2011. Disponible en línea: <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

10. GTZ. Agroturismo. Consultado el 25 de septiembre del 2012. Disponible en línea:
<http://www2.gtz.de/dokumente/bib/04-5108a3.pdf>
11. KRAMER, F. 2012. WIKIPEDIA. Consultado el 6 de diciembre del 2012. Disponible en
línea: http://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental
12. ITESO. Estudio Económico. Consultado el 1 de octubre del 2012. Disponible en línea:
<http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>
13. MINTUR. 2004. Inventario de Atractivos Naturales y Culturales
14. PLANDETUR 2020.
15. SENDIN, E. 2006. Concepto de Proyecto: Análisis económico. PDF. Consultado el 12 de
septiembre del 2011. Disponible en: <https://www.paginaspersonales.deusto.es>.
16. TIERRA, P. (2009). Texto básico de Paquetes Turísticos.
17. TURYDES. Diagnóstico Turístico. Consultado el 1 de octubre del 2012. Disponible en
línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/07/fpl.htm>.

XI. ANEXOS

A. ANEXO 1. Diagnóstico Situacional del recinto Las Mercedes

a. Físico Espacial

1) División política administrativa

El recinto Las Mercedes se encuentra ubicada al noreste de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas dentro de la del Cantón Santo Domingo, en la Parroquia Santo Domingo.

2) Límites

Norte: Provincia de Pichincha

Sur: Parroquia Alluriquín

Este: Parroquia Alluriquín y Provincia de Pichicha

Oeste: Parroquia Valle Hermoso

3) Vías de acceso

Para llegar hasta el centro poblado de la comuna desde Santo Domingo, se toma la vía Santo Domingo – Aloag hasta el kilometro 3 margen izquierdo y se toma la vía Santo Domingo – Los Bancos, hasta el kilómetro 25 donde encontramos el centro del recinto.

b. Socio Cultural

1) Etnicidad

La totalidad de los habitantes de la comuna Las Mercedes son Mestizos, proveniente de varias provincias del país como Loja, Bolívar y Manabí.

2) Historia

Según la reseña histórica proporcionada por el Ing. Héctor Lema, rector del Colegio Hernán Malo González, sobre Las Mercedes dice:

“En breves generalidades el populoso recinto Las Mercedes del Mulaute, con empuje de dirigentes y organizaciones de base aspira a alcanzar la jerarquía de Parroquia Civil; desde 1993 es Eclesiástica, siendo el primer párroco Padre Luis Alberto Morejón Yépez. En 1998 José Manuel García propone la causa de Parroquialización Civil.

Liderando hasta la fecha este proyecto, el mismo que aspira incorporar a 16 comunidades; su rápido crecimiento poblacional ha permitido que se convierta en el centro de las más diversas actividades: educativa, agrícolas, pecuarias, comerciales, etc.

Mediante Ordenanza Municipal de febrero 25 de 1997 el Consejo municipal de Santo Domingo le declara Plan Regulador de Obras, publicándose la resolución en el Registro Oficial N° 65 del 15 de mayo de 1997; de ahí que el municipio y Consejo Provincial, primordialmente, tienen el compromiso de llegar con mayor inversión social.

Ateniéndonos a la reseña histórica, el recinto Las Mercedes fue fundado aproximadamente hace 35 años en lo que constituyese el Centro Poblado; destacándose entre los primeros el Sr. Juan Nasimba, los hermanos Segundo y José Velazco, Víctor Paute, Hugo Olalla, Targelio Garófalo, Víctor Ochoa, Bolívar Chávez entre otros; emigrantes de diversas provincias del país destacándose entre ellas Bolívar, Loja y el interior de Pichincha.

Este grupo de colonos, sin torcer su brazo en la colonización espontánea del sector, venciendo las inclemencias del tiempo y zona lograron establecerse en la comarca llegando por la ruta de Alluriquín, La Magdalena de la Florida, Espejo; el espíritu de aventureros los encamino siempre adelante, utilizando herramientas elementales como el machete, lampa, para el trabajo y escopeta para cacería; estableciéndose un pequeño grupo humano en el sector, los mismos que construyeron modestas viviendas de madera, de pambil y la caña guadua.

Una vez establecidos con sus familias sintieron la necesidad de contar con una escuela para sus hijos, formaron una pequeña organización de padres de familia, logrando la construcción de un local en el año 1968.

Construido el local, sus habitantes, en particular el reciente desaparecido Segundo Juliano Velasco Rojas, proveniente de “Las Mercedes de la Magdalena”. Provincia de Bolívar, y quien dona gran parte de terreno para la ubicación del Centro Poblado, incluyendo el área escolar, ante la necesidad de identificar a la escuela en el contexto de comunidades, decide bautizar al Recinto con el nombre de “Las Mercedes” conservando así el ancestro migratorio de dos grupos familiares procedentes de “Las Mercedes” de La Magdalena – Bolívar.

En 1969 inicia la escuela particular “Sin Nombre”, con la primera profesora, Srta. Esther Cordero, que percibía un sueldo de 800 sucres mensuales, funcionando la escuela en la finca del Sr. Segundo Velasco por el lapso de un año. En 1970 se intenta mejorar el local, aspiración que no tuvo eco por falta de colaboración; las actividades educativas se interrumpieron por el lapso de dos años, restableciéndose en el actual local; mediante una nueva organización en 1972 siendo profesor del nuevo plantel como particular el Sr. Miguel Moreta. En 1973 se contrata como particular al Sr. Jacinto Zambrano V., quien a partir del 8 de septiembre de 1974 es el primer profesor Fiscal de la escuela “Sin Nombre” hasta entonces.

Más tarde el 22 de febrero de 1978, mediante acuerdo N° 761, acogándose a la resolución ministerial N° 6709, la Dirección Provincial de Educación de Pichincha, Presidida por el Lic. Juan Leoro Almeida, resuelve designar con el nombre de “Barón de Carondelet”, Ilustre Presidente de la Real Audiencia de Quito, a la escuela “Sin Nombre” ubicada en Santo Domingo, Parroquia Alluriquín – Las Mercedes.

Desde el periodo presidencial del Ing. Lucio Gutiérrez, la presidencia de la república le reconoce al plantel como el Patrono Institucional.

3) Población

Según el censo aplicado para este trabajo en diciembre del 2011, el recinto “Las Mercedes” cuenta con un total de 462 habitantes de los cuales 216 son de sexo masculino y 246 de sexo femenino.

Al realizar la categorización según rangos de edad, se aprecia la siguiente distribución: Entre 0 y 15 años se ubica el 26% de la población; entre 16 y 30 años el 24%; entre 31 y 45 años un 26%; entre 46 y 60 años el 17%; y por último los mayores a 61 representan el 7%.

Cuadro N° 1. Distribución por edad de la población del recinto “Las Mercedes”, 2008.

EDAD					
RANGOS	0 – 15	16 – 30	31 – 45	46 – 60	61 O MAS
FRECUENCIAS	120	108	120	78	30

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

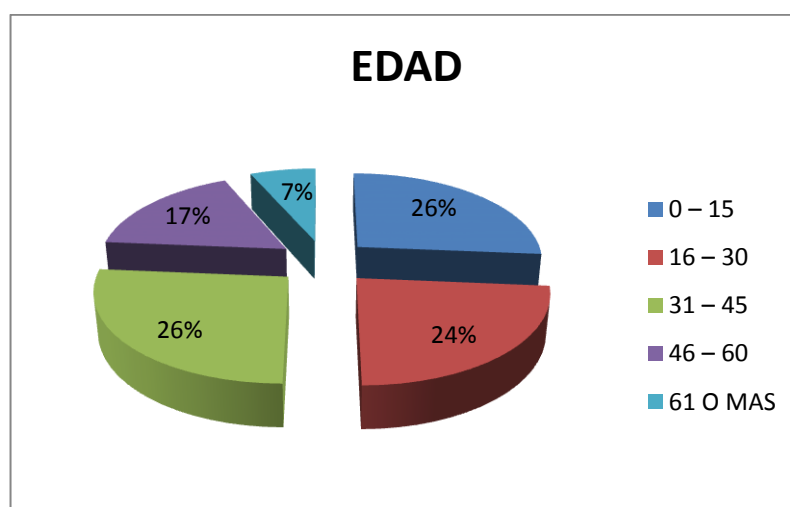


Gráfico N° 1. Distribución por edad

4) Migración

La migración en “Las Mercedes” en su mayor parte es provincial, ya que este recinto queda bastante cerca de la ciudad de Santo Domingo, por lo que su mayor parte solo llega hasta la ciudad a trabajar y regresa hasta el recinto por las noches. De acuerdo al estudio de campo realizado el 5 de enero para este trabajo, del total de la población, la migración provincial está representada por un 7%, y un 2% representa la migración que sale de la provincia.

5) Nivel de instrucción

Durante la clasificación de los niveles de instrucción de la población de “Las Mercedes” se puede apreciar la siguiente distribución: El 41% de la población tiene instrucción primaria, un 52% cuenta con instrucción secundaria, solo un 7% con instrucción superior y no se registra analfabetos.

Cuadro N° 2. Nivel de Instrucción

INSTRUCCIÓN				
NIVEL	Primaria	Secundaria	Superior	Ninguna
FRECUENCIA	190	240	32	0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

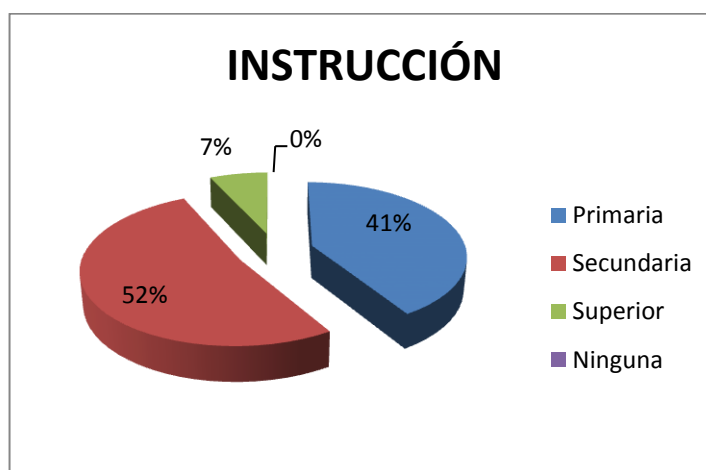


Gráfico N° 2. Nivel de instrucción

6) Profesión u ocupación

Las actividades ganaderas y agrícolas son las principales fuentes de ingresos económicos de la población, representadas por un 42% para la agricultura, y un 48% para la ganadería, y el 10% restante se dedica a la actividad comercial.

Cuadro N° 3. Profesión u ocupación

PROFESIÓN U OCUPACIÓN	Agrícola	Ganadera	Comercial	Turística
FRECUENCIA	42%	48%	10%	0

Elaborado por: Rody Mendoza
Fuente: Estudio de Campo

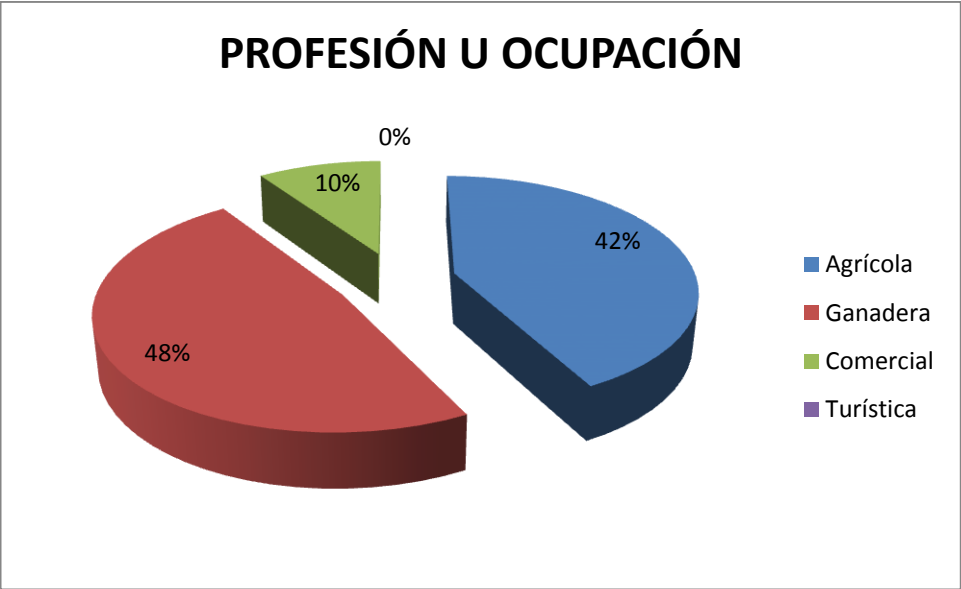


Gráfico N° 3. Profesión u ocupación

7) Servicios básicos

El recinto “Las Mercedes”, cuenta con los servicios de luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono convencional, al cual solo tienen acceso un pequeño porcentaje de la población.

8) Vivienda

Se contabilizaron 123 viviendas dentro del recinto de las cuales se encuentra construida en un 61% por estructura de hormigón, un 20% de las construcciones son de madera, y por último un 19% de construcción mixta.

Cuadro N° 4. Tipo de Vivienda

	VIVIENDA		
NIVEL	Hormigón	Madera	Mixta
FRECUENCIA	75	24	24

Elaborado por: Rody Mendoza
Fuente: Estudio de Campo

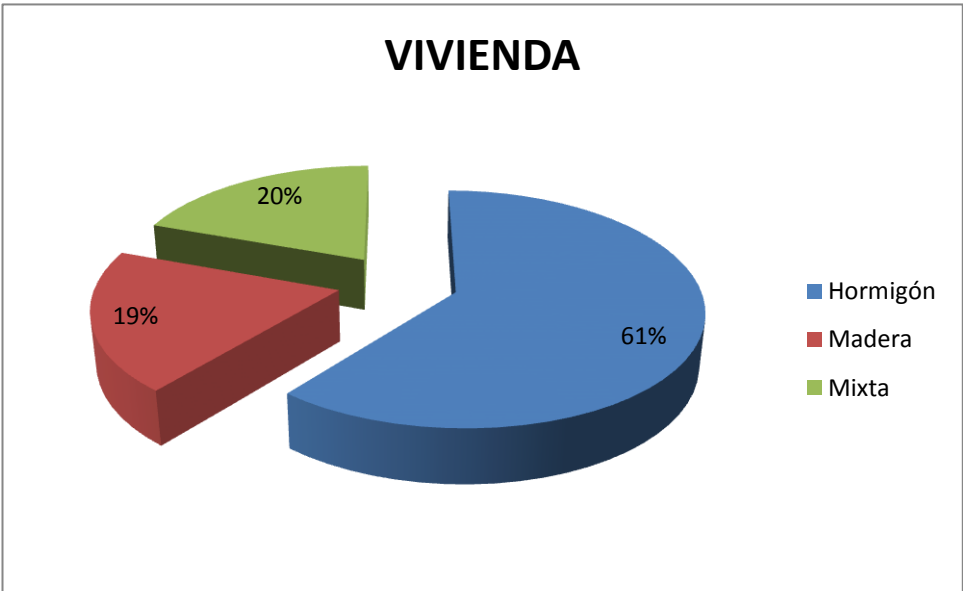


Gráfico N° 4. Vivienda

9) Salud

La población cuenta con un sub-centro de salud, en el cual desempeñan funciones 4 personas: un médico general, un odontólogo, una enfermera y un licenciado encargado de las estadísticas. La atención es de lunes a viernes desde las 9 de la mañana hasta las 4 de la tarde.

10) Educación

La población cuenta con una escuela primaria para los niños del pueblo que atiende a 120 niños desde el inicial hasta séptimo de básica y un colegio con dos especialidades: explotaciones agropecuarias y contabilidad, que atiende con 162 estudiantes dentro de sus aulas. Tanto la escuela como el colegio albergan a estudiantes que vienen de otros recintos a formarse en las Mercedes.

11) Medios de transporte.

El acceso hasta el recinto es de primera, ya que cuenta con una vía de primer nivel que comunica a esta población con las ciudades de Santo Domingo y Los Bancos, siendo este un punto intermedio entre ambos.

La cooperativa de transporte Reina de las Mercedes, cumple con 14 frecuencias diarias que trasladan a la población entre Santo Domingo y Las Mercedes, desde las cinco de la mañana, hasta las siete de la noche, saliendo cada hora desde el mercado Municipal.

12) Comunicación

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) presta el servicio de telefonía convencional al recinto Las Mercedes; la telefonía móvil o celular funciona con la señal de las

compañías Claro y Movistar; el recinto también cuenta con frecuencias de radio y señal de televisión abierta de condición regular, y el internet que es proporcionado por las Compañías Claro y CNT

13) Servicios Sanitarios

El 84% de las viviendas cuentan con su unidad básica de sanitario, que se compone de inodoro y lavamanos, y el 16% letrina; el 50% posee ducha, y el otro 50% toman su baño corporal en sus lavanderías familiares; el arrastre de las aguas es conducido hasta el alcantarillado y/o pozo séptico o pozo ciego que representa el otro.

14) Combustibles utilizados

Para la cocción de los alimentos la población utiliza gas doméstico y leña, y para hacer funcionar sus vehículos utilizan gasolina y diésel según las características de este.

15) Abastecimiento de productos

Los habitantes del recinto Las Mercedes se trasladan a las ciudades de Santo Domingo y Los Bancos, semanalmente a realizar la compra de abastos e insumos necesarios para su supervivencia y producción agrícola y ganadera en los diferentes centros de abastecimiento.

c. Ecológico Territorial

1) Condiciones ambientales de la zona

Según el GPS, el recinto Las Mercedes se encuentra a una altitud de 710 msnm.

La temperatura promedio de 22,9 ° C y una precipitación anual que va desde los 500 hasta los 5000 mm, (Plan de Ordenamiento Territorial de Santo Domingo de los Tsáchilas.)

Dentro de la zona podemos encontrar pequeñísimas extensiones de bosque primario y secundario, todas estas de carácter privado.

2) Clasificación ecológica

Según la Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador Continental de SIERRA, R. (1999), la zona de vida de Las Mercedes es Bosque Siempreverde Piemontano.

3) Usos de suelo

Según OÑATE, M. 2005, los suelos de esta zona pueden variar entre franco-arcillosos a franco-limo-arcillosos, con un contenido medio a alto de materia orgánica, por lo que se obtiene una coloración oscura.

El suelo del recinto es utilizado en un 20% para actividades agrícolas y las ganaderas representado por un 38%, un 21% para asentamiento de viviendas de los pobladores, y un 21% para actividades comerciales. No se registran actividades turísticas.

Cuadro N° 5. Uso del suelo en Las Mercedes

USOS	USOS DEL SUELO				
	Comercial	Agrícola	Ganadero	Vivienda	Turístico
FRECUENCIA	21%	20%	38%	21%	0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

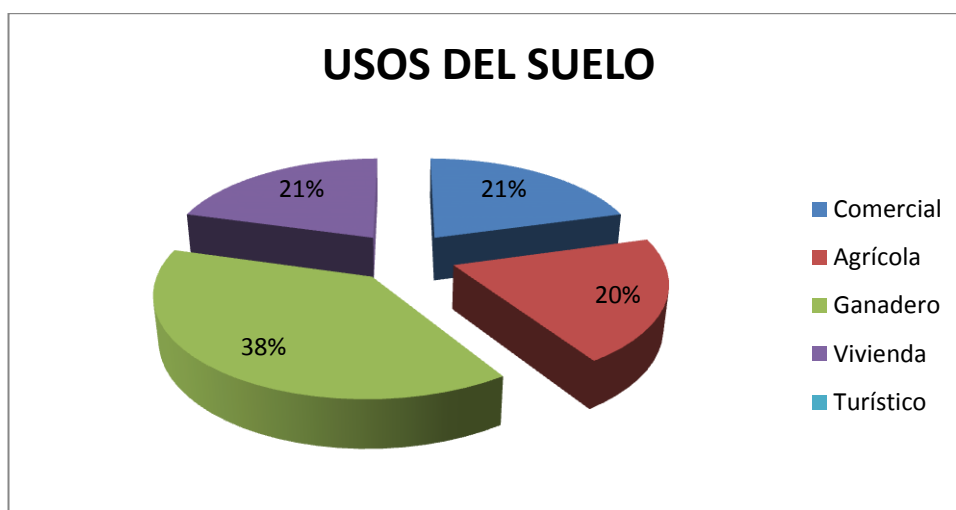


Gráfico N° 5. Usos del suelo

4) Descripción general de flora y fauna

Cuadro N° 6. Especies de fauna de la zona:

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
ACCIPITRIDAE	<i>Buteo magnirostris</i>	Gavilán campestre
ACCIPITRIDAE	<i>Elanoides forficatus</i>	Elanio tijereta
APODIDAE	<i>Streptoprocne zonaris</i>	Vencejo Cuelliblanco
APODIDAE	<i>Chaetura pelagica</i>	Vencejo
COLUMBIDAE	<i>Leptotila rufaxilla</i>	Paloma frentigrís
CUCULIDAE	<i>Piaya cayana</i>	Cuco Ardilla
CUCULIDAE	<i>Tapera naevia</i>	Cuclillo crespín

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
CYNCLIDAE	<i>Cinclus leucocephalus</i>	Cinclo
EMBERIZIDAE	<i>Sporophila corvina</i>	Espiguero variable
FURNARIDAE	<i>Furnarius cinnamomeus</i>	Hornero del Pacífico
ICTERIDAE	<i>Dives warszewiczi</i>	Negro Matorralero
ICTERIDAE	<i>Molothrus bonariensis</i>	Vaquero brillante
MOMOTIDAE	<i>Baryphthengus martii</i>	Momoto rufo
PARULIDAE	<i>Basileuterus tristriatus daedalus</i>	Reinita Cabecillada
PICIDAE	<i>Piculus rubiginosus rubripileus</i>	Carpintero Olivado
PICIDAE	<i>Veniliornis nigriceps</i>	Carpintero ventribarrado
PICIDAE	<i>Melanerpes pucherani</i>	Carpintero
RAMPHASTIDAE	<i>Pteroglossus erythropygius</i>	Tucán arasari piquipálido
THRAUPIDAE	<i>Ramphocelus icteronotus</i>	Platanero
THRAUPIDAE	<i>Tachyphonus luctuosus</i>	Tangara hombrilanca
THRAUPIDAE	<i>Tangara labradorides</i>	Tangara verdimetálica
THRAUPIDAE	<i>Ramphocelus icteronotus</i>	Platanero
THRAUPIDAE	<i>Thraupis episcopus</i>	Azulejo
THRAUPIDAE	<i>Thraupis palmarum</i>	Tangara palmera
THRAUPIDAE	<i>Tangara cyanicollis cyanopygia</i>	Tangara capuchiazul
TROCHILIDAE	<i>Chaetocercus mulsant</i>	Estrellita ventriblanca
TROCHILIDAE	<i>Phaethornis yaruqui</i>	Colibrí Ermitaño bigotiblanco
TROCHILIDAE	<i>Popelairia conversii</i>	Colibrí Colicorda Verde
TYRANIDAE	<i>Phyllomyias griseiceps</i>	Tiranoleta Coronetado
TYRANIDAE	<i>Sayornis nigricans</i>	Febe guardarríos
TYRANIDAE	<i>Pitangus sulphuratus</i>	Bienteveo grande
TYRANIDAE	<i>Fluvicola nengeta</i>	Tirano de agua enmascarado
TYRANIDAE	<i>Sayornis nigricans</i>	Febe guardarríos
ANFISBÉNIDAE	<i>Amphisbaena alba</i>	Culebra ciega
BRADYPODIDAE	<i>Bradypus variegatus</i>	Perezoso de 3 uñas
CUNICULIDAE	<i>Agouti paca</i>	Guanta

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
DASYOPROCTIDAE	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Guatusa
DASYPODIDAE	<i>Dasypus novemcinctus</i>	Armadillo de 9 bandas
DIDELPHIDAE	<i>Didelphis marsupialis</i>	Raposa de agua
ERETHIZONTIDAE	<i>Coendou bicolor</i>	Puerco espin
FELIDAE	<i>Leopardus pardalis</i>	Tigrillo
PROCYONIDAE	<i>Nasua nasua</i>	Cuchucho
PROCYONIDAE	<i>Potos flavus</i>	Cusumbo
SCIURIDAE	<i>Sciurus granatensis</i>	Ardilla rojisa

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

Cuadro N° 7. Especies de flora de la zona: maderables, ornamentales, comerciales, y alimentarias.

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
ACTINIDIACEAE	<i>Actinidia kolomkitta</i>	Quinceañera
APOCYNACEAE	<i>Nerium oleander</i>	Falso Laurel
ARACEAE	<i>Anthurium andreanum</i>	Anturio rojo
ASTEARACEA	<i>Baccharis latifolia</i>	Chilca
ASTERACEAE	<i>Sanchus oleraceus</i>	Cerraja común
ASTERACEAR	<i>Eclipta prostrata</i>	Maleza
ATERACEAE	<i>Taraxacum officinalis</i>	Diente de león
BALSAMINACEAE	<i>Impatiens walleriana</i>	Mírame lindo
BETULACEAE	<i>Alnus jollurensis</i>	Aliso
BIGNONIACEAE	<i>Tabebuia chrisantha</i>	Guayacán
BIGNONIACEAE	<i>Tabebuia rosea</i>	Roble
BIXACEAE	<i>Bixa orellana</i>	Achote
BORAGINACEAE	<i>Tournefolia</i>	
BORAGINACEAE	<i>Tournefortia maculata</i>	Bejuco
BRIOPHITAS		Helecho

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
CAESALPINACEAE	<i>Phytolacca bogotensis</i>	Guaba de árbol
CAPRIFOLIACEAE	<i>Tilia chordata</i>	Tilo
CASUARINACEAE	<i>Casuarina equisetifolia</i>	casuarina
CURCUBITACEAE	<i>Cucurbita maxima</i>	Zapallo
CURCUBITACEAE	<i>Cucurbita ficifolia</i>	Zambo
CYPERACEAE	<i>Cyperus rotundos</i>	Cabezona
DIOSCOREACEAE	<i>Dioscorea trifida</i>	Papa china
EUPHORBIACEAE	<i>Manihot esculenta</i>	Yuca de ratón
FABACEAE	<i>Arachis pintoii</i>	Maní forrajero
LAMIACEAE	<i>Ocimum basilicum</i>	Albahaca
LAURACEAE	<i>Persea americana</i>	Aguacate
LYTHRACEAE	<i>Cuphea strigulosa</i>	Tenguilla
MALVACEAE	<i>Hibiscus rosa-sinensis</i>	Cucarda
MALVACEAE	<i>Hibiscus sp</i>	Cucarda
MALVACEAE	<i>Sida acuta</i>	Escobilla
MIMOSACEAE	<i>Mimosa sensitiva</i>	Dormilona
MORACEAE	<i>Alternanthera cf. Publiflora</i>	Escancel
MUSACEAE	<i>Musa textilis</i>	Abacá
MUSACEAE	<i>Musa paradisiaca</i>	Plátano
MYRTACEAE	<i>Eugenia stipitata</i>	Arazá
NYCTAGINACEAE	<i>Bougainvillea sp</i>	Veranera
OLEACEAE	<i>Ligustrum japonicum</i>	Azahares de novia
OLEACEAE	<i>Jasminum officinalis</i>	Jazmín Blanco
PIPERACEAE	<i>Piper rufences</i>	Santa María
PIPERACEAE	<i>Piper auritum</i>	Santa maría
PLANTAGINACEAE	<i>Plantago major</i>	Yanten
POACEAE	<i>Zea mays</i>	Maíz
POACEAE	<i>Triticum sativum lam</i>	Trigo tropicala
POACEAE	<i>Pinissteum vislanceum</i>	Marafalda

FAMILIA	N. CIENTIFICO	N. VULGAR
ROSACEAE	<i>Rosa centifolia</i>	Rosa
ROSACEAE	<i>Rubus sp</i>	Mora
RUBIACEAE	<i>Coffea arabica</i>	Café
RUBIACEAE	<i>Ixora coccinea</i>	Ixora
RUTACEAE	<i>Citrus sinensis</i>	Naranja
RUTACEAE	<i>Citrus limonum</i>	Limón
SOLANACEAE	<i>Brufelsia grandifolia</i>	Chiriguayusa
STERCULIACEAE	<i>Teobroma cacao</i>	Cacao
TROPEOLACEAE	<i>Tropaeolum majus</i>	Mastuerzo
VERBENACEAE	<i>Citharexylum subfavesces</i>	Quiebra barriga
VERBENACEAE	<i>Verbena officinalis</i>	Verbena larga
VERBENACEAE	<i>Verbena litoralis</i>	Verbena

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

5) Hidrología.

Por la zona de Las Mercedes cruzan muchos afluentes, como es el caso del Río Mulaute el cual forma parte de la subcuenca del río Esmeraldas, y pequeños esteros dentro del recinto, dando origen a pequeñas caídas de agua, formando un gran atractivo hídrico.

6) Problemas ambientales

El mal manejo de desechos por parte de ciertos productores locales se impone como el más grande problema ambiental de la zona contaminando el ambiente y los recursos naturales, también el avance de la frontera agrícola se perfila como un fuerte amenazante ambiental, ya

que esta es la principal actividad económica de la zona, pero también sobresalen problemas como la deforestación que cada vez deja menos hectáreas de bosque primario.

d. Económico Productivo

1) Actividades económicas:

Los ingresos económicos de la población corresponden a tres actividades principales, que se detallan a continuación:

Cuadro N° 9. Actividades económicas

Agricultura	42%
Ganadería	48%
Comercial	10%

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Estudio de Campo

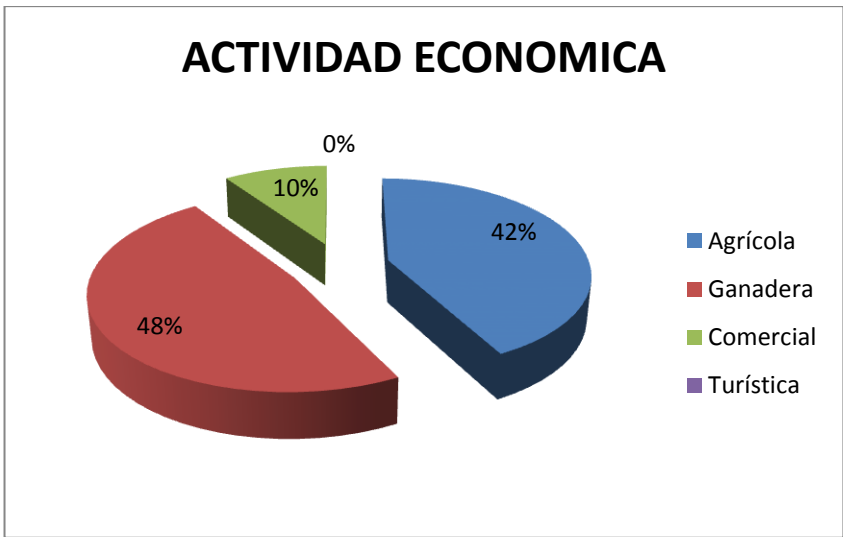


Gráfico N° 9. Actividades económicas

2) Desarrollo actual del turismo en la zona

El turismo es totalmente nulo en la zona de las Mercedes ya que los servicios que se ofertan (balnearios) están antes del recinto o pasando el recinto por lo que solo se considera como un lugar de paso.

3) Participación o interés de la población en el desarrollo turístico

La población actualmente no se dedica a las actividades turísticas, pero hay un gran interés de la misma por integrar esta actividad. (Estudio de campo)

e. Político administrativo

1) Administración interna

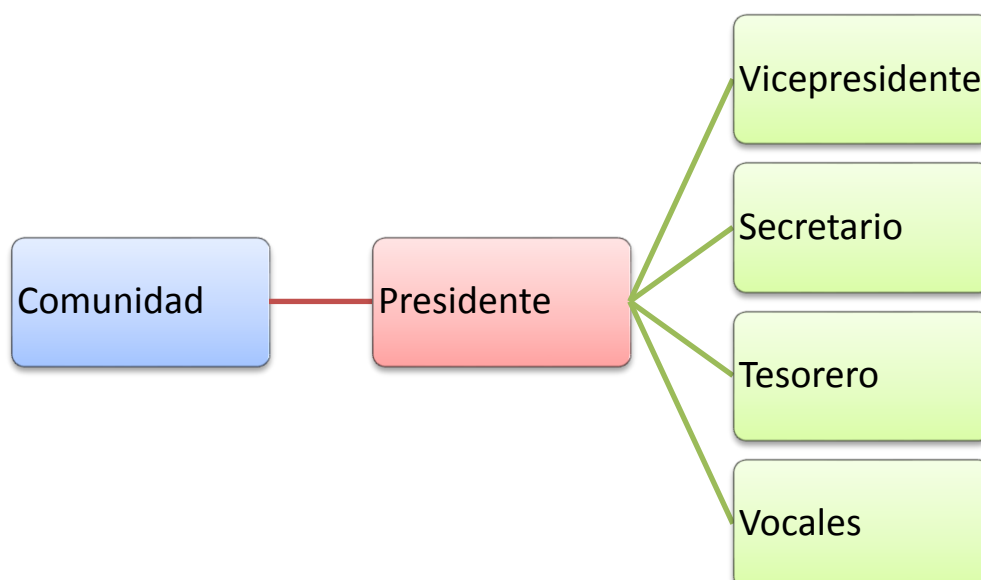


Figura N° 1. Organigrama administrativo

Fuente: Taller participativo abril 2011

B. ANEXO 2. Inventario de atractivos turísticos del recinto Las Mercedes

1. Inventario de atractivos naturales y culturales

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES

Fuente: Diseño Evaluación del Potencial turístico Evaluación del Potencial Turístico para la Implementación de un Circuito De Agroturismo para el Recinto Las Mercedes
Grupo de investigación. Rody Mendoza
Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia
Adaptación de ficha del MINTUR 2004


1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. V. Yepéz, Ing. A. Garrido	1.4 Fecha: 02 - 11 - 2011
1.5 Nombre del Atractivo: Finca "Cuy de Campo"	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	
	

Foto N° 1 Finca "Cuy de Campo" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Santo Domingo	
2.4 Latitud: 717956 N	2.5 Longitud: 9981102 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 22 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 700 msnm	

4.2 Temperatura: 20°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 21 km de la ciudad de Santo Domingo, en el recinto "Las Mercedes" de la parroquia Santo Domingo, vía a Los Bancos.
4.5 Descripción del atractivo: La finca cuenta con un área de producción de especies menores como gallinas y cuyes las cuales se expenden en un restaurant dentro de la misma, también cuenta con una hectárea de bosque natural por el cual pasa una pequeña cascada de 5 metros de altura, el cual sirve como refugio para los animales silvestres de la zona que huyen de la cacería de los vecinos del sector.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: El principal atractivo es su producción de especies menores artesanalmente, la cual es complementada con la venta de estas en el servicio de alimentación prestado por su parador restaurant, y su bosque por el cual cruza una pequeña caída de agua.
4.7 Permisos y Restricciones: Notificar a los propietarios para obtener el respectivo permiso para poder ingresar a este sitio.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: La propiedad se encuentra habitada por sus dueños, a la crianza de sus animales, atención de su parador.
4.8.2 Usos Potenciales: Camping, alimentación, observación de aves, observación de fauna y caminatas.
4.8.3 Necesidades turísticas: Construcción del sendero de recorrido, realizar un inventario de aves y de flora en la propiedad, implementación de actividades agroturísticas, adecuación del área de camping.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus propietarios, conservación de la fauna, parar el crecimiento de la frontera agrícola conservando más áreas naturales.
4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Trabajo constante en la actividad agrícola, logra un adecuado mantenimiento para el área.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Intervenido
6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas y producción ganadera en los alrededores de la propiedad.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado
7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno	7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.
7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: La distancia que existe entre Las Mercedes y la finca es de 3 km por lo tanto se puede llegar en bicicleta.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Prestación de servicios de alimentación y recreación en la vía entre Santo Domingo y Las Mercedes complementado con la infraestructura presente en Santo Domingo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Si existe
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Colegio “Colegio Hernán Malo Gonzales” Finca “Flia. Rodriguez”	10.2 Distancia: 2,5 km 5 km

--	--

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	8
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES

Fuente: Diseño Evaluación del Potencial turístico Evaluación del Potencial Turístico para la Implementación de un Circuito De Agroturismo para el Recinto Las Mercedes

Grupo de investigación. Rody Mendoza

Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia

Adaptación de ficha del MINTUR 2004

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. V. Yépez, Ing. A. Garrido	1.4 Fecha: 02 - 05 - 2011
1.5 Nombre del Atractivo: Finca "Flia. Rodríguez"	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	




Foto N° 2 Finca "Flia. Rodríguez" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Santo Domingo	
2.4 Latitud: 718965 N	2.5 Longitud: 9984777 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 14 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 800 msnm	
4.2 Temperatura: 20°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 29 km de la ciudad de Santo Domingo, en el recinto "Las Mercedes" de la parroquia Santo Domingo, vía a Los Bancos.	
4.5 Descripción del atractivo: Ubicada a 5 km del recinto Las Mercedes, la finca de la familia Rodríguez, se especializa en la producción de asociación de cultivos como el plátano, la naranja, los cuales son comercializados en Santo Domingo y la región, con una producción netamente orgánica, también se cuenta con dos hectáreas de bosque natural en el cual encontramos una caída de agua de 5 metros de altura, el cual sirve como refugio de animales silvestres de la zona.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: La asociación de cultivos, logrando una producción netamente orgánica, el bosque con su caída de agua y su piscina natural.	
4.7 Permisos y Restricciones: Notificar a los propietarios para obtener el respectivo permiso para poder ingresar a	

este sitio.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: La propiedad se encuentra habitada por sus dueños, que se dedican al trabajo de campo, y a la explotación agrícola de esta.

4.8.2 Usos Potenciales: Camping, Observación de aves, observación de fauna, caminatas, balneario.

4.8.3 Necesidades turísticas: Construcción del sendero de recorrido, realizar un inventario de aves y de flora en la propiedad, implementación de actividades agroturísticas, adecuación un área para camping.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus propietarios, conservación de la fauna, parar el crecimiento de la frontera agrícola conservando más áreas naturales.

4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: Trabajo constante en la actividad agrícola, logra un adecuado mantenimiento para el área.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Intervenido

6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas en los alrededores de la propiedad.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Asfaltado

7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno

7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.

7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones: La distancia que existe entre Las Mercedes y la finca es de 5 km por lo tanto se puede llegar en bicicleta.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Prestación de servicios de alimentación y recreación en la vía entre Santo Domingo y Las Mercedes complementado con la infraestructura presente en Santo Domingo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Si existe

9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Colegio "Colegio Hernán Malo Gonzales"

Finca "Cuy de Campo"

10.2 Distancia:

4,5 km

5,5 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	7
APOYO	a) Acceso	8

	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		43

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Fuente: Diseño Evaluación del Potencial turístico Evaluación del Potencial Turístico para la Implementación de un Circuito De Agroturismo para el Recinto Las Mercedes
Grupo de investigación. Rody Mendoza
Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia
Adaptación de ficha del MINTUR 2004

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. V. Yépez, Ing. A. Garrido	1.4 Fecha: 02 - 05 - 2011
1.5 Nombre del Atractivo: Colegio "Hernán Malo Gonzales"	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	



Foto N° 3 Colegio "Hernán Malo Gonzales" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Recinto: Las Mercedes	
2.4 Latitud: 720211 N	2.5 Longitud: 9979057 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 12 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 816 msnm	
4.2 Temperatura: 20°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 25 km de la ciudad de Santo Domingo, en la parroquia Santo domingo, vía al Cantón "Los Bancos".	
4.5 Descripción del atractivo: La producción orgánica, política de esta institución es instaurada en sus estudiantes, teniendo parcelas demostrativas de varios productos de la región, logrando una asociación de cultivos la cual es una	

tecnología tradicional muy aplicada en estos días, e impulsada por el gobierno provincial de Santo Domingo buscando la diversificación de la producción, reducir los riesgos o pérdidas de los cultivos por plagas y enfermedades o factores ambientales adversos; y aprovechar la interrelación o simbiosis que se da entre las plantas para alcanzar un beneficio y desarrollo mutuo.

También existe la producción de compuestos agroindustriales como shampoo, vino, flan, entre otros, los cuales salen a la venta en ferias y exposiciones dentro y fuera de la provincia con la participación de los estudiantes como los productores.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Asociación de cultivos, elaboración de productos agroindustriales.

4.7 Permisos y Restricciones: Notificar al rector de la institución para el acceso.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales: Enseñanza a los estudiantes.

4.8.2 Usos Potenciales: Camping, Observación de aves, observación de fauna, caminatas, agroturismo.

4.8.3 Necesidades turísticas: Construcción técnica del sendero de recorrido, realizar un inventario de aves y de flora en la propiedad, implementación de actividades agroturísticas, adecuación de un área para camping.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias y estudiantiles como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus habitantes y el colegio, conservación de la fauna, parar el crecimiento de la frontera agrícola, conservando más áreas naturales.

4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Conservado

5.2 Causas: Las actividades estudiantiles logran que este sitio se mantenga conservado.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: Intervenido

6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas en los alrededores de la institución.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno

7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios

7.7 Observaciones: Se puede acceder a este sitio desde Alluriquín, Santo Domingo y Los Bancos

7.2 Subtipo: Asfaltado

7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.
Coop. Trans. Alluriquín.

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

Prestación de servicios de alimentación y buena señalización en la principal vía de acceso

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Entubada

9.2 Energía Eléctrica: Si existe

9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo:

Finca "Flia. Rodriguez"

Finca "Cuy de Campo"

10.2 Distancia:

4,5 km

2,5 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	9
	c) Entorno	4
	d) Estado de conservación y/o organización	8
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		49

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Grupo de investigación. Rody Mendoza
 Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia
 Adaptación de ficha del MINTUR 2004

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. V. Yepéz, Ing. A. Garrido	1.4 Fecha: 17 - 05 - 2013
1.5 Nombre del Atractivo: Finca "El León"	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	



Finca "El León" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Santo Domingo	
2.4 Latitud: 716142	2.5 Longitud: 9979771

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 22 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 650 msnm	
4.2 Temperatura: 20°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 20 km más 3km margen derecho de la ciudad de Santo Domingo, en el sector de "Aguas Frías" del recinto Las Mercedes, vía a Los Bancos.	
4.5 Descripción del atractivo: La finca cuenta con un área de producción de especies menores como pollos, teniendo su fuerte en la producción lechera artesanal a pequeña escala.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: El principal atractivo es su producción de leche artesanalmente, la cual es complementada con una cascada que tiene en el interior de la finca.	
4.7 Permisos y Restricciones: Notificar a los propietarios para obtener el respectivo permiso para poder ingresar a este sitio.	

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: La propiedad se encuentra habitada por sus dueños, quienes se dedican a la crianza de sus animales.
4.8.2 Usos Potenciales: Camping, alimentación, observación de aves, observación de fauna y caminatas.
4.8.3 Necesidades turísticas: Construcción del sendero de recorrido, realizar un inventario de aves y de flora en la propiedad, implementación de actividades agroturísticas, adecuación del área de camping.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus propietarios, conservación de la fauna, parar el crecimiento de la frontera agrícola conservando más áreas naturales.
4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Trabajo constante en la actividad agrícola, logra un adecuado mantenimiento para el área.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Intervenido
6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas y producción ganadera en los alrededores de la propiedad.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado, lastrado
7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno	7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.
7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: La distancia que existe entre Las Mercedes y la finca es de 3 km por lo tanto se puede llegar en bicicleta.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Prestación de servicios de alimentación y recreación en la vía entre Santo Domingo y Las Mercedes complementado con la infraestructura presente en Santo Domingo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Si existe
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Colegio “Colegio Hernán Malo Gonzales” Finca “Flia. Rodriguez”	10.2 Distancia: 2,5 km 5 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	8
APOYO	a) Acceso	8

	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		44

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Grupo de investigación. Rody Mendoza
 Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia
 Adaptación de ficha del MINTUR 2004

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. A. Garrido Ing. D. Güilcapi,	1.4 Fecha: 17 - 05 - 2013
1.5 Nombre del Atractivo: Asociación Francisco de Orellana	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	



Asociación "Francisco de Orellana" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Santo Domingo	
2.4 Latitud: 717952 N	2.5 Longitud: 9981295 E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 21 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 651 msnm	
4.2 Temperatura: 20°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 21 km margen derecho de la ciudad de Santo Domingo, en el sector de "6 de enero" del recinto Las Mercedes, vía a Los Bancos.	
4.5 Descripción del atractivo: La finca cuenta con un área de producción de lácteos teniendo su fuerte en la elaboración de yogurt.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: El principal atractivo es su producción de leche artesanalmente, la cual es complementada con una cascada que tiene en el interior de la finca.	
4.7 Permisos y Restricciones: Notificar a los propietarios para obtener el respectivo permiso para poder ingresar a este sitio.	

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: Producción de lácteos.
4.8.2 Usos Potenciales: Agroturismo.
4.8.3 Necesidades turísticas: Señalización turística, capacitación en guía
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus propietarios.
4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Las exigencias de la ley, logra un adecuado mantenimiento para el área.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Intervenido
6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas y producción ganadera en los alrededores de la propiedad.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado,
7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno	7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.
7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: La distancia que existe entre Las Mercedes y la finca es de 3 km por lo tanto se puede llegar en bicicleta.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Prestación de servicios de alimentación y recreación en la vía entre Santo Domingo y Las Mercedes complementado con la infraestructura presente en Santo Domingo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Si existe
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Colegio "Colegio Hernán Malo Gonzales" Finca "Flia. Rodriguez"	10.2 Distancia: 2,5 km 5 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	8
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		46

13. JERARQUIZACIÓN	
Jerarquía II	

Fuente: Diseño de un Circuito De Agroturismo para el Recinto Las Mercedes
 Grupo de investigación. Rody Mendoza
 Elaboración de herramienta: Cajas Carlos y Tierra Patricia
 Adaptación de ficha del MINTUR 2004

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rody Mendoza	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. A. Garrido Ing. D. Güilcapi,	1.4 Fecha: 17 - 05 - 2013
1.5 Nombre del Atractivo: Asociación Las Mercedes	
1.6 Categoría: MANIFESTACIONES CULTURALES	
1.7 Tipo: REALIZACIONES TÉCNICAS CIENTÍFICAS	
1.8 Subtipo: EXPLOTACIONES AGROPECUARIAS	



Asociación "Las Mercedes" por: Rody Mendoza

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Santo Domingo de los Tsáchilas	2.2 Ciudad y/o Cantón: Santo Domingo
2.3 Parroquia: Santo Domingo	
2.4 Latitud: 719786	2.5 Longitud: 9977900

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santo Domingo	3.2 Distancia: 28 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 651 msnm
4.2 Temperatura: 20°C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3 150 mm anuales
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 25 km más 3km margen derecho de la ciudad de Santo Domingo, en la vía Las Mercedes - Alluriquín.
4.5 Descripción del atractivo: La asociación cuenta con una infraestructura completa para recibir la leche de los productores del sector, en un paso obligado en la cadena de la leche.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: proceso de acopio y enfriamiento de la leche.
4.7 Permisos y Restricciones: Notificar a los propietarios para obtener el respectivo permiso para poder ingresar a este sitio.

4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales: acopio de leche.
4.8.2 Usos Potenciales: Agroturismo.
4.8.3 Necesidades turísticas: Señalización turística, capacitación en guía
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Aprovechamiento de las actividades agropecuarias como un nuevo atractivo turístico para Las Mercedes y Santo Domingo generando nuevos ingresos económicos para sus propietarios.
4.9.2 Impactos negativos: Deterioro de la infraestructura del sector, generación de desechos, ingreso de personas con malas intenciones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: Las exigencias de la ley, logra un adecuado mantenimiento para el área.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Intervenido
6.2 Causas: Presencia de cultivos agrícolas y producción ganadera en los alrededores de la propiedad.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado,
7.3 Estado de Vías: Muy bueno/Bueno	7.4 Transporte: Bus Coop. Trans. Las Mercedes.
7.5 Frecuencias: Todos los días 14 turnos diarios	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: La distancia que existe entre Las Mercedes y la finca es de 3 km por lo tanto se puede llegar en bicicleta.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Prestación de servicios de alimentación y recreación en la vía entre Santo Domingo y Las Mercedes complementado con la infraestructura presente en Santo Domingo

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Si existe
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Colegio “Colegio Hernán Malo Gonzales” Finca “Flia. Rodriguez”	10.2 Distancia: 2,5 km 6 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	10
	b) Valor Extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de conservación y/o organización	7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		45

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

C. ANEXO 3. Estudio de Mercado

1. Segmentación del mercado

Para el análisis de la demanda se ha tomado en cuenta la población total de Santo Domingo, segmentándose a la Población Económicamente Activa (PEA) de esta provincia.

2. Universo

Para realizar este estudio se determinó como universo a la PEA de acuerdo al censo del INEC 2010 que se estableció en 117 696 individuos

3. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos (1998), aplicando un margen de error del 8%.

$$n = \frac{N(P*Q)}{(N-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P*Q)}$$

$$n = \frac{117696(0,5*0,5)}{(117696-1)\left(\frac{0,08}{1,75}\right)^2 + (0,5*0,5)}$$

$$n = 119,508 \approx 120 \text{ encuestas}$$

4. Instrumento de investigación

Técnica: encuesta

Instrumento: Cuestionario (Ver anexo N°01)

a. Demanda

1) Distribución por género

Cuadro N° 10. Distribución por género

GENERO	PORCENTAJE
MASCULINO	50%
FEMENINO	50%

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

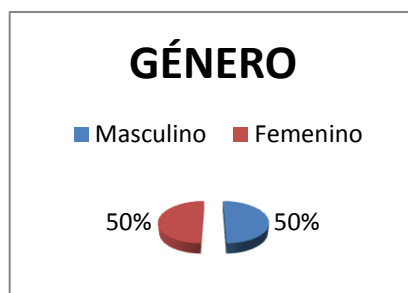


Gráfico N° 10. Género

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

Se distribuyeron las encuestas con una paridad entre género, el 50% para el sexo masculino y la otra mitad al sexo femenino.

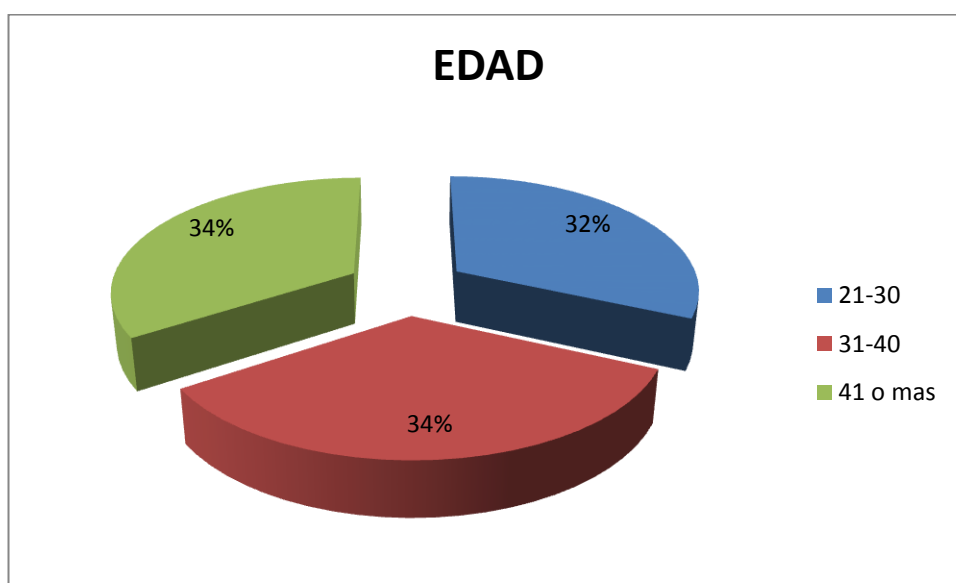
2) Edad

Cuadro N° 11. Edad

EDAD	Frecuencia	Porcentaje
21-30	38	31,67
31-40	41	34,17
41 o mas	41	34,17
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

**Gráfico N° 11. Edad**

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 32% de la demanda posee edades entre 20 y 30 años; el 34% tienen entre 31 y 40 años de edad; y el 34% restantes de más de 41.

3) Procedencia

Cuadro N° 12. Procedencia

PROCEDENCIA	Frecuencia	Porcentaje
LOS RÍOS	6	5,00
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	80	66,67
LOJA	6	5,00
ESMERALDAS	4	3,33
MANABI	13	10,83
GUAYAS	4	3,33
PICHINCHA	7	5,83
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

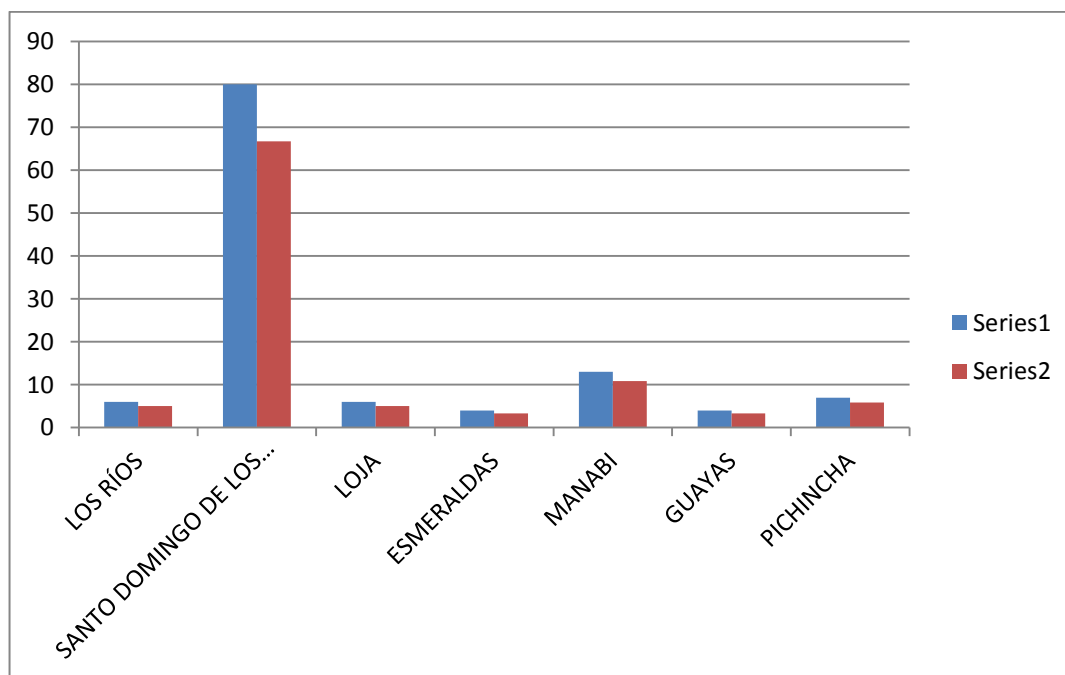


Gráfico N° 12. Procedencia

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

La demanda de potencial del recinto Las Mercedes, proviene en un 67% de Santo Domingo por su cercanía, en segundo lugar le siguen los provenientes de la provincia de Manabí con un

11%, y un 22% restante de las provincias de Loja, Esmeraldas, Manabí, Guayas y Pichincha.

4) Nivel de instrucción

Cuadro N° 13. Instrucción

INSTRUCCIÓN	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	5	4,17
Secundaria	78	65,00
Superior	31	25,83
Postgrado	6	5,00
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

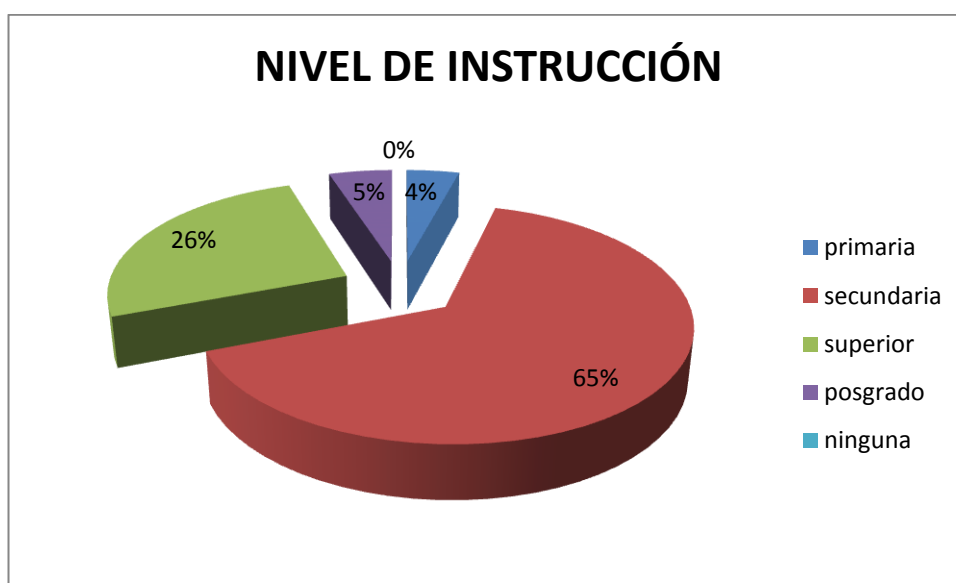


Gráfico N° 13. Instrucción

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

La mayor parte de la demanda tiene un tipo de instrucción superior, representada por un 51%, la segunda parte de la demanda, el 43% tiene instrucción secundaria, solo el 1% posee solo educación primaria, y un considerable 5% con ningún tipo de instrucción.

5) Actividades relacionadas al agroturismo

Cuadro N° 13. Ha realizado agroturismo

HA REALIZADO ACTIVIDADES DE AGROTURISMO	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	31,67
NO	82	68,33
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

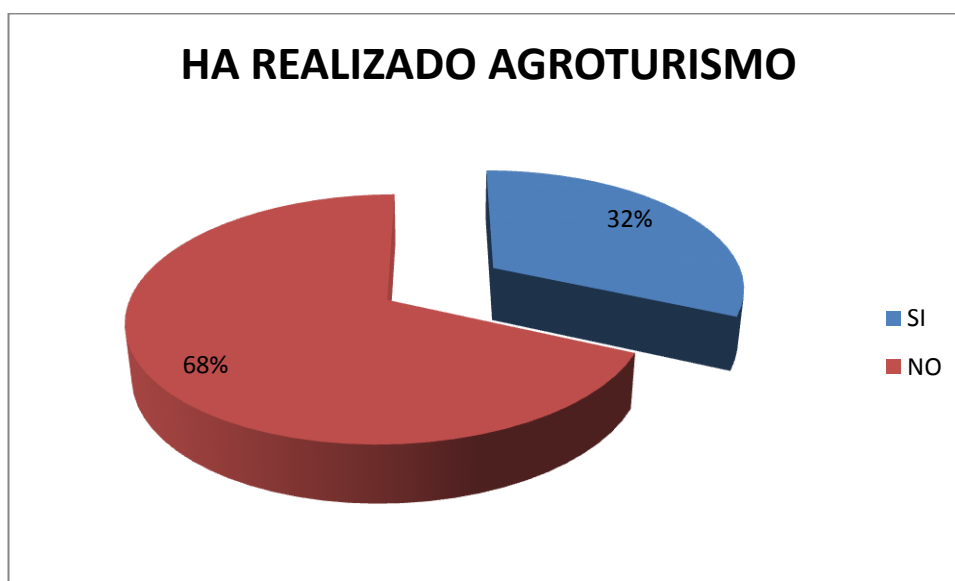


Gráfico N° 13. Ha practicado agroturismo
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 68% de los encuestados no habían experimentado una práctica de agroturismo y se mostraron interesados en realizarla, y un 32% ya había realizado este tipo de actividad.

6) Lugar que ofrezca actividades de agroturismo

Cuadro N° 14. Visitaría un lugar agroturístico

VISITARÍA UN LUGAR QUE OFREZCA AGROTURISMO	Frecuencia	Porcentaje
SI	105	87,50
NO	15	12,50
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011



Gráfico N° 14. Visitaría un lugar agroturístico

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 87% de los encuestados indicaron que si visitarían algún lugar que ofrezca actividades relacionadas al agroturismo; el 13% restante dijo que no les interesaría

7) Actividades preferidas

Cuadro N° 15. Actividades a realizar

ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR	Frecuencia	Porcentaje
PESCA DEPORTIVA	54	26,09
SIEMBRA Y COSECHA DE CULTIVOS	28	13,53
VISITA A FINCAS AGROPRODUCTIVAS	67	32,37
ELABORACIÓN DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES	37	17,87
PRACTICAS AGROPECUARIAS	21	10,14
Total		100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

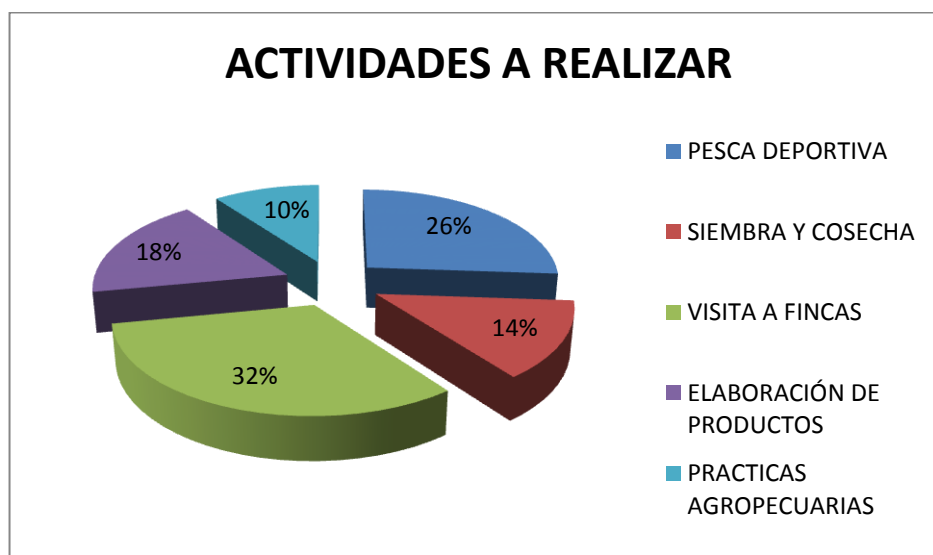


Gráfico N° 15. Actividades a realizar
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

De las actividades que constan en este ítem los encuestados dijeron en un 32% que como principales actividades preferían realizar la visita a fincas agroproductivas y la pesca

deportiva es preferida por un 26% de los participantes, otro 10% se pronunció por las prácticas agropecuarias, un 18% también le gustaría elaborar productos agroindustriales y un 14% se mostró interesado por la siembra y cosecha de cultivos.

8) Actividades complementarias

Cuadro N° 16. Actividades complementarias

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	Frecuencia	Porcentaje
RECORRER SENDEROS	40	19,76
ACAMPAR AL AIRE LIBRE	66	32,34
RECREACIÓN EN BALNEARIOS	39	19,16
DEGUSTACIÓN DE GASTRONOMÍA	59	28,74
Total		100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

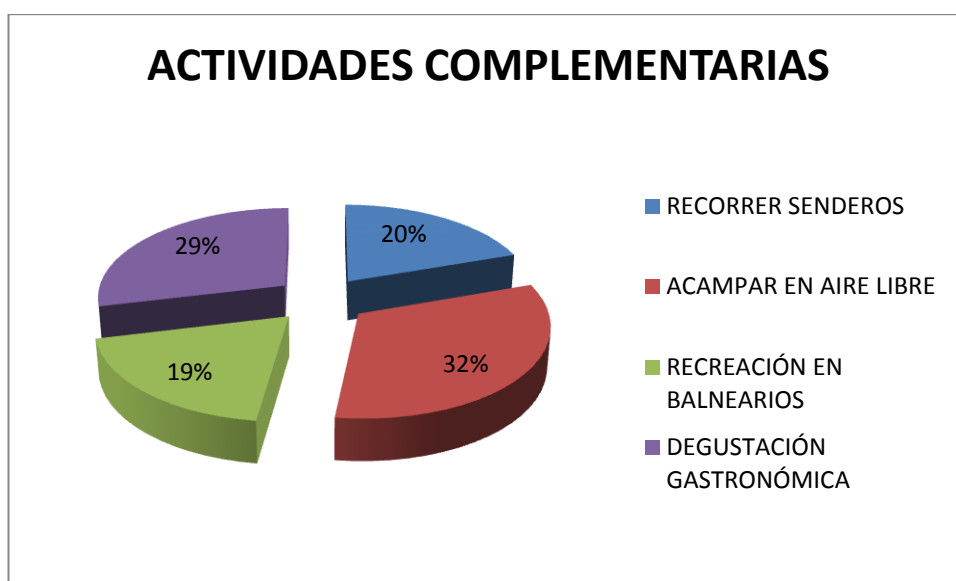


Gráfico N° 16. Actividades complementarias
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

Los encuestados para que lograr una mejor satisfacción de su visita desearían realizar actividades complementarias como la recreación en balnearios con un 19%, el acampar al aire libre un 32%, el recorrer senderos con 20% y un último 29% prefiere la degustación de la gastronomía

9) Hospedaje

Cuadro N° 17. Hospedaje

HOSPEDAJE	Frecuencia	Porcentaje
CABAÑAS	80	52,42
CAMPAMENTOS	47	30,65
VIVIENDA DE COMUNEROS	26	16,94
Total		100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

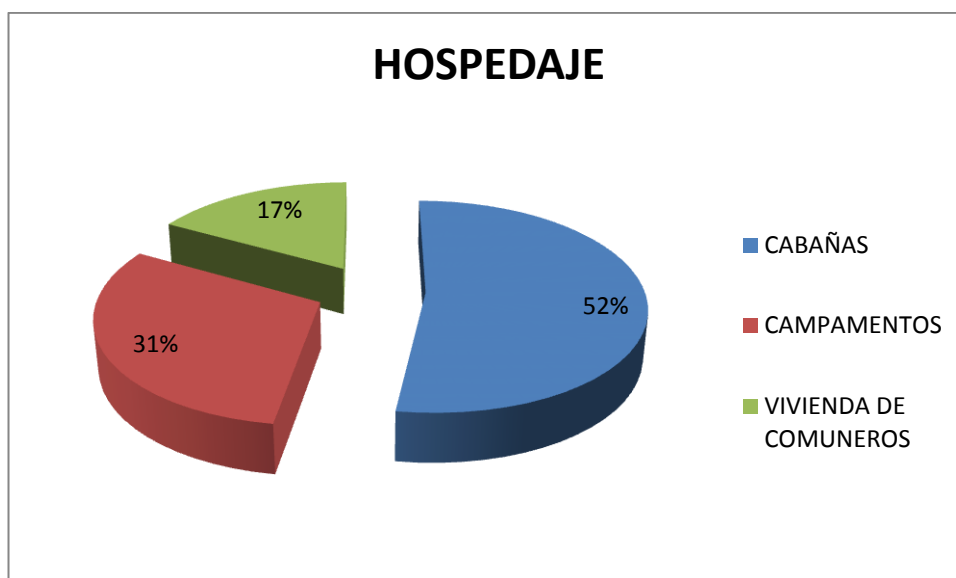


Gráfico N° 17. Hospedaje

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 52% de los encuestados preferirían alojarse en cabañas y un muy importante 31% prefiere hacerlo en campamentos, mientras que un 17% se mostraron más interesados por la parte vivencial y prefería hospedarse en la vivienda de los comuneros.

10) Alimentación

Cuadro N° 18. Alimentación

ALIMENTACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
COMIDA VEGETARIANA	27	19,64
COMIDA TRADICIONAL	98	71,43
TODAS LAS ANTERIORES		1,79
OTRAS	2	7,14
Total		100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

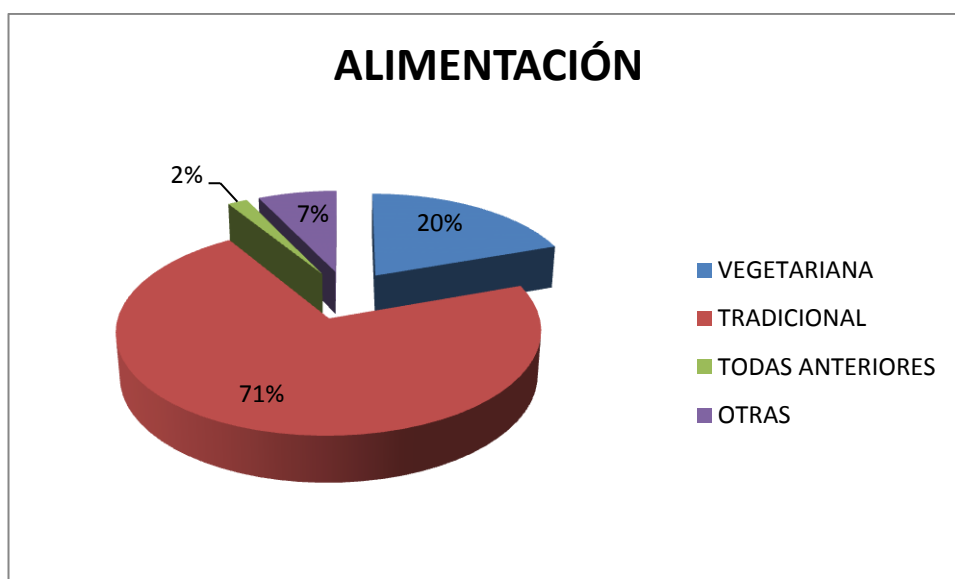


Gráfico N° 18. Alimentación

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

Un 71% de los encuestados prefiere la comida tradicional durante su estancia en esta zona, mientras que un importante 20% prefería la comida vegetariana, por otro lado existe un 2% que prefiere ambos tipos de alimentación y un 7% prefiere otro tipo de comidas como la china.

11) Guíanza

Cuadro N° 19. Guíanza

TIPO DE GUÍA	Frecuencia	Porcentaje
GUÍA NATIVO	52	43,3
GUÍA NACIONAL	68	56,7
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

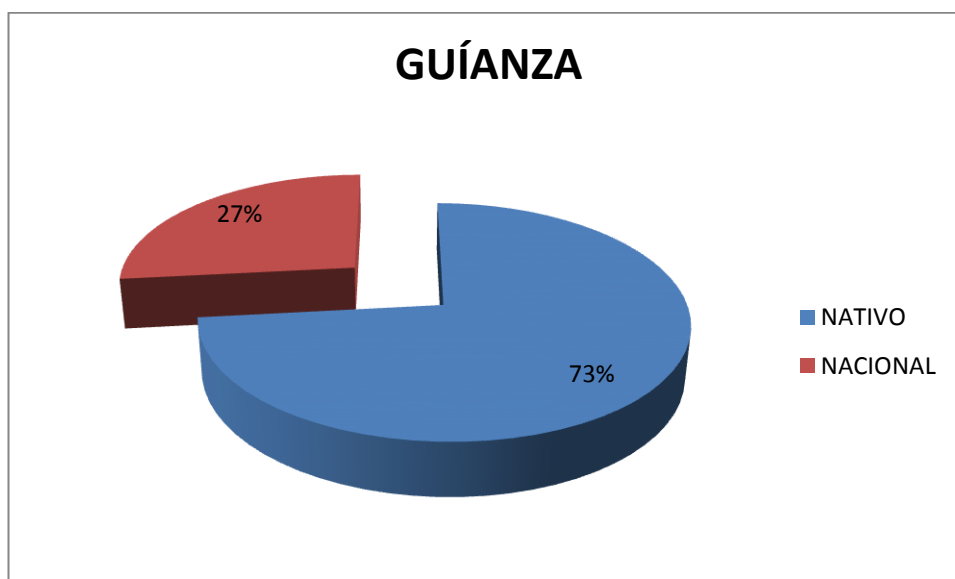


Gráfico N° 19. Guíanza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

Para el servicio de guíanza la preferencia de los encuestados se inclinó en su representativamente en su mayoría por un guía nativo representado por un 73%, mientras que el 27% restante tiene preferencia por un guía nacional.

12) Transporte

Cuadro N° 20. Transporte

TRANSPORTE	Frecuencia	Porcentaje
BUS	20	16,67
AUTO	23	19,17
RANCHERA	67	55,83
CAMIONETA	10	8,33
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

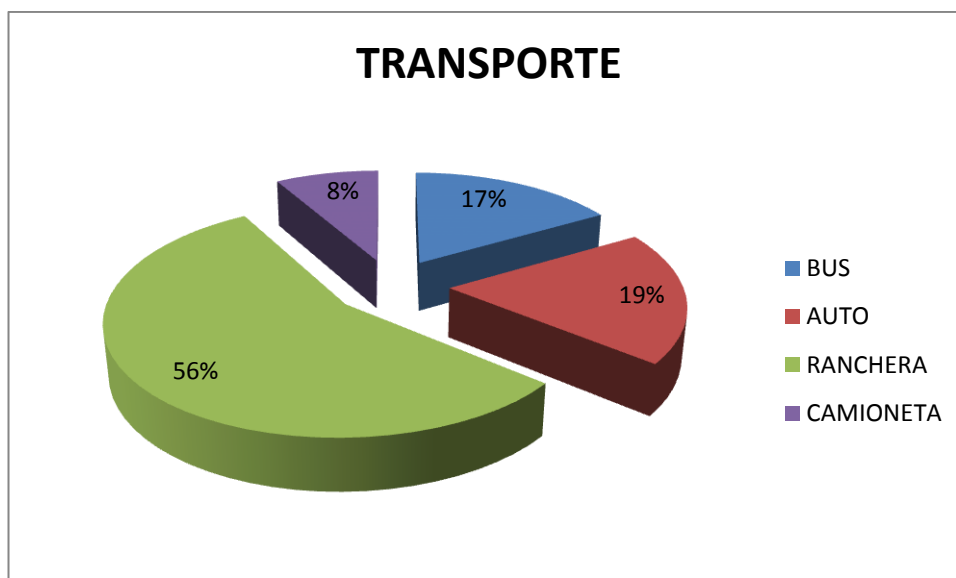


Gráfico N° 20. Transporte

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 56% de los encuestados prefieren que el servicio de transporte para hacer sus visitas sea una ranchera, un 19% lo realizaría en sus autos, un 17% en bus y un 8% en camioneta.

13) Facilidades turísticas

Cuadro N° 21. Facilidades turísticas

FACILIDADES TURÍSTICAS	Frecuencia	Porcentaje
MIRADORES	49	21,74
ESPACIOS DE RECREACIÓN	86	38,04
SENDEROS HACIA ATRACTIVOS	9	3,80
TORRES DE OBSERVACIÓN DE AVES	56	25,00
SEÑALIZACIÓN	26	11,41
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

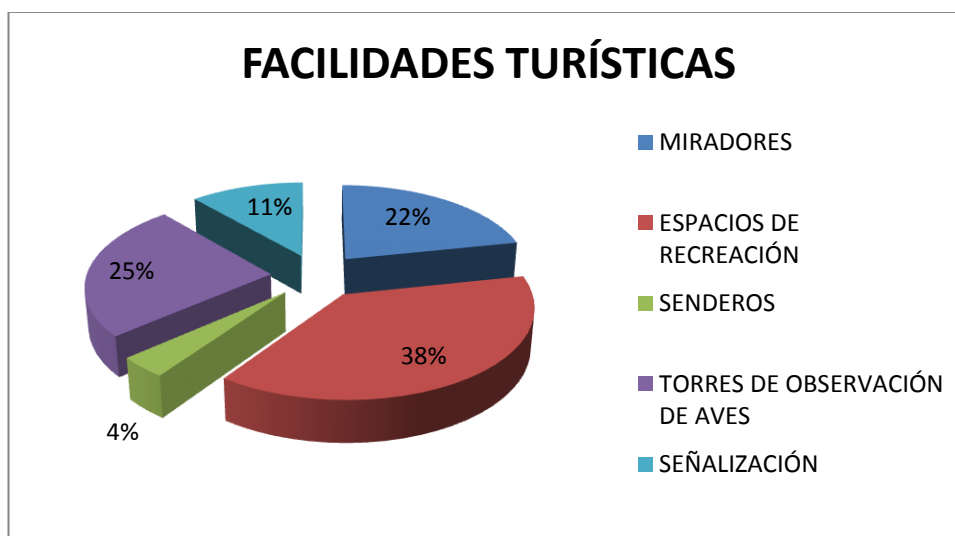


Gráfico N° 21. Facilidades turísticas
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 38% de los encuestados prefiere que las facilidades turísticas sean espacios de recreación, un considerable 22% prefiere los miradores, mientras que el 4% prefieren los senderos que los lleven hacia los atractivos, un 25% muestra una inclinación por las aves, por lo que prefieren las torres de observación y un 11% prefiere la señalización turística.

14) Tiempo de visita

Cuadro N° 22. Tiempo de visita

TIEMPO DE VISITA	Frecuencia	Porcentaje
TRES HORAS	17	14,17
CINCO HORAS	32	26,67
UN DÍA	38	31,67
MÁS DE UN DÍA	33	27,50
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

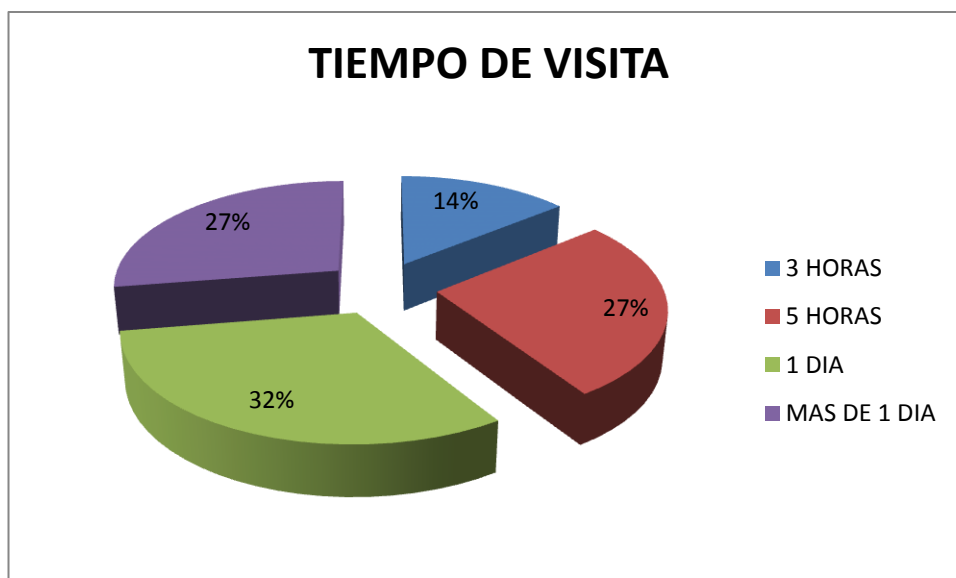


Gráfico N° 22. Tiempo de visita

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 32% de los encuestados prefiere que su tiempo de visita sea un día, mientras que un 27% más de un día, el 27% solo cinco horas y un 14% tres horas.

15) Disponibilidad de gasto

Cuadro N° 23. Disponibilidad de gasto

DISPONIBILIDAD DE GASTO	Frecuencia	Porcentaje
ENTRE \$10 Y \$20	48	40,00
ENTRE \$21 Y \$30	29	24,17
ENTRE \$31 Y \$40	23	19,17
MAS DE \$40	20	16,67
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo 2011

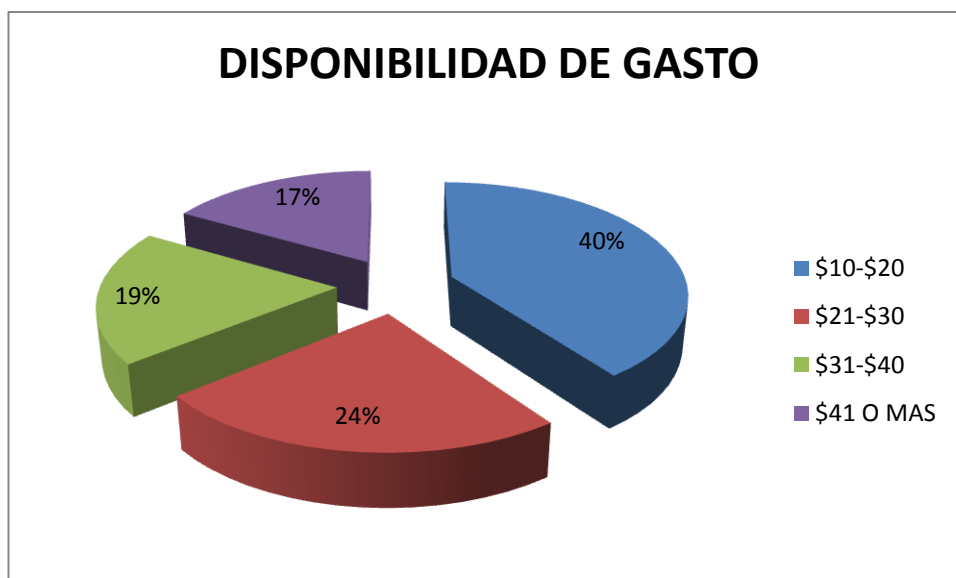


Gráfico N° 23. Disponibilidad de gasto
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

Del 100% de los encuestados el 40% tendrían una disponibilidad de gasto de entre \$10 y \$20, el 24% preferiría gastar entre \$21 y \$30, un 19% entre \$31 y \$40, y un 17% más de \$40.

16) Temporada en que viaja

Cuadro N° 24. Temporada de viaje

TEMPORADA DE VIAJES	Frecuencia	Porcentaje
VACACIONES	50	41,67
FERIADOS	28	23,33
FINES DE SEMANA	31	25,83
TODAS LAS ANTERIORES	11	9,17
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo 2011

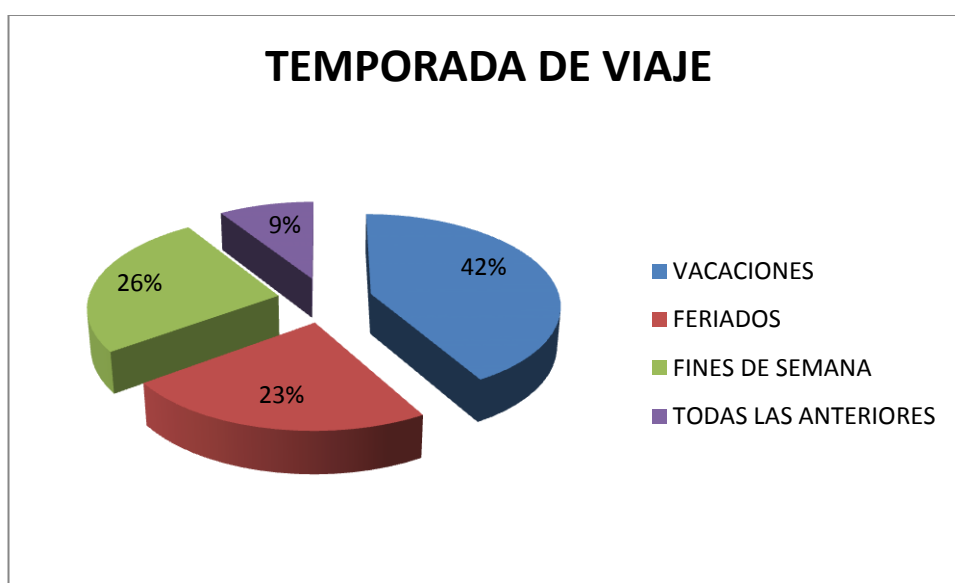


Gráfico N° 24. Temporada de viaje
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

La mayor parte de los encuestados tiene una preferencia de viaje durante sus vacaciones representando un 42%, el 23% optaría por hacerlo en feriados, un 26% muestra su favoritismo de viaje por los fines de semana y un 9% final por todas las opciones de este ítem.

17) Personas que lo acompañan

Cuadro N° 25. Acompañantes

PERSONAS QUE LO ACOMPAÑAN	Frecuencia	Porcentaje
DOS	37	30,83
ENTRE 3 Y 5	55	45,83
ENTRE 6 Y 8	17	14,17
DE 9 A MAS	7	5,83
SOLO	4	3,33
Total	120	100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo 2011

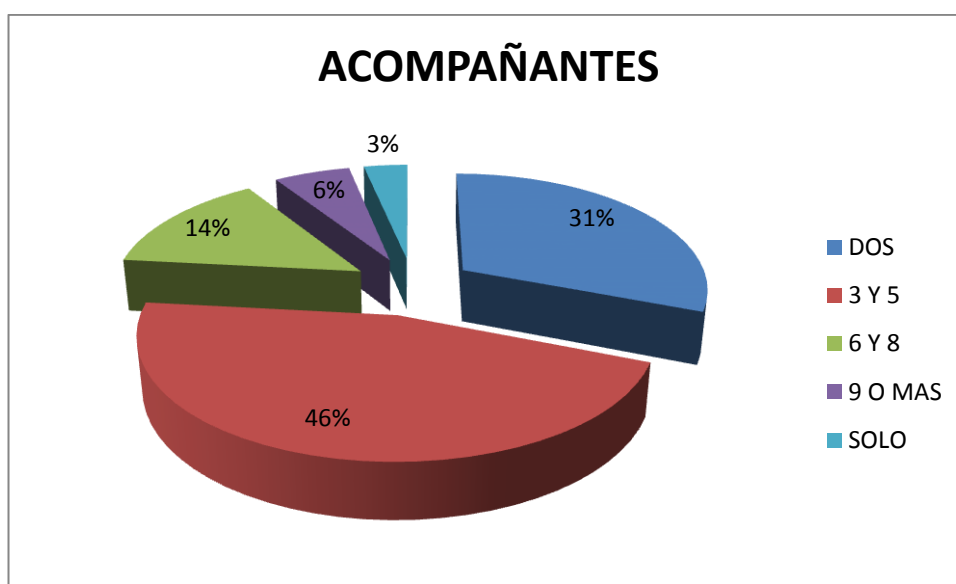


Gráfico N° 25. Acompañantes

Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 46% de los encuestados viaja acompañado de entre 3 y 5 personas, el 14% con 6 y 8 personas, el 31% solo lo hace con dos personas, un 6% viaja acompañado de 9 a más personas, y por último un 3% viaja solo.

18) Medios de información

Cuadro N° 26. Medios de información

MEDIOSDEINFORMACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
RADIO	18	10,00
TELEVISIÓN	67	36,67
INTERNET	34	18,67
GUÍAS DE TURISMO	33	18,00
PERIÓDICO	31	16,67
Total		100,0

Elaborado por: Rody Mendoza

Fuente: Encuestas aplicadas Mayo 2011

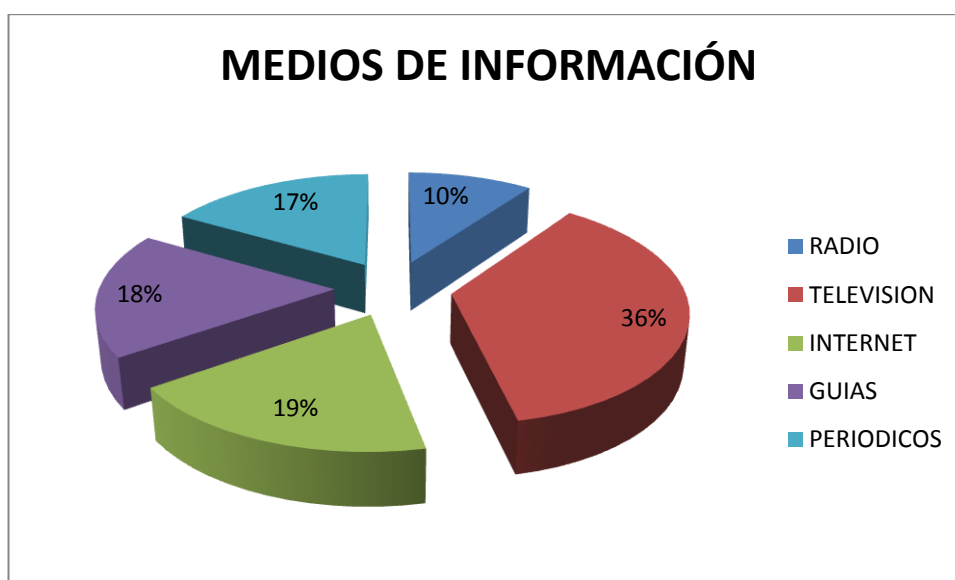


Gráfico N° 28. Medios de información
Fuente: Encuestas aplicadas Diciembre 2011

El 10% de los encuestados muestra su preferencia por informarse por la radio, un 36% de los prefiere hacerlo por medio de la televisión, mientras que un 19% prefiere informarse por el internet, el 18% por medio de guías de turismo, y por último un 17% por medio del periódico.

b. Perfil del turista

El turista potencial que visitaría el recinto Las Mercedes tiene las siguientes características:

Tiene entre 21 o más años, teniendo en cuenta que la edad varía con la capacidad de gasto y la actividad a realizar, Siendo este en un 50% femenino y 50% masculino, sin embargo ambos géneros prefieren realizar el mismo tipo de actividad, del cual el 78% posee educación secundaria y prefieren hacer sus viajes con su círculo familiar y acompañados de amigos, en grupos de entre 3 y 5 personas, su viaje dura solo un día, con posibilidades de quedarse un día más, con una disponibilidad de gasto está dada entre \$10 y 20\$, aunque también existe la posibilidad de gastar entre \$21 y \$30, por día, motivados por las visitas a fincas agroproductivas, pesca deportiva, elaboración de productos agroindustriales, disfrutar el escenario, paisajes agrícolas, naturaleza.

c. Estudio de la competencia

No se registraron competidores de este tipo de producto turístico.

d. Oferta

En el recinto “Las Mercedes” no existe un catastro de servicios turísticos, ya que este solo cuenta con tres establecimientos que prestan el servicio de alimentación y actualmente se está construyendo otro con el apoyo de la prefectura de Santo Domingo de los Tsáchilas, los demás servicios turísticos no se encuentran presentes en la zona.

Los atractivos turísticos, son tres como antes se habían mencionado en el inventario, uno de los objetivos de este trabajo, pero la zona cuenta con potenciales recursos que con el acondicionamiento pueden transformarse en atractivos turísticos, y complementar la oferta.

e. Confrontación oferta – demanda

De la población total de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se establece que el 50% es la demanda potencial para este proyecto, el 25% la demanda efectiva, con una proyección de crecimiento del 3,7% según el POT.

Año	Demanda Potencial	Demanda Efectiva
2012	189752	94876
2013	196773	98387
2014	204054	102027
2015	211604	105802
2016	219433	109717
2017	227552	113776

Al no tener competidores, se establece que la totalidad de la demanda efectiva es la demanda insatisfecha.

Año	Demanda Insatisfecha proyectada
2012	94876
2013	98387
2014	102027
2015	105802
2016	109717
2017	113776